

Artículo de investigación

Desde pequeña siempre me ha gustado salir adelante. Informe cualitativo sobre la experiencia de la mujer emprendedora en el sector comercio de la ciudad de Juliaca

Jackelin Corayma Condori Centeno ¹

Rossy Milagros Gozme Machacca ²

RESUMEN

El objetivo del estudio es describir la experiencia de la mujer emprendedora en el sector comercio de la ciudad de Juliaca. Para ello, se ha desarrollado un estudio cualitativo basado en teoría fundamentada. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a cuatro mujeres emprendedoras que realizan sus actividades en dos mercados de la ciudad. Los resultados muestran que la experiencia de la mujer emprendedora comienza en la informalidad y se encuentra motivada por la necesidad y la influencia de los padres pertenecientes a la primera generación de emprendedores en la familia, así mismo la experiencia laboral y el contexto cultural es la determinante de la elección del rubro. Además, el espíritu emprendedor contribuye en la superación y crecimiento del negocio, sin embargo, los obstáculos como las pérdidas económicas, la falta de estudios superiores y el acceso a las fuentes de financiamiento limitan la sobrevivencia del emprendimiento. La situación actual de la mujer emprendedora se traduce en la satisfacción del trabajo realizado en su trayectoria, lo que implica la introspección de la mujer y la prospectiva de autorrealización. La conclusión es que la experiencia de la mujer emprendedora en el comercio se describe por medio de las categorías de análisis como el espíritu emprendedor, motivos del emprendimiento, la experiencia como determinante de elección del rubro, la expresión de las emociones ante la experiencia vivida, los factores de la sostenibilidad del emprendimiento y la prospectiva.

Palabras clave: emprendimiento; estudio cualitativo; experiencia; comercio; teoría fundamentada.

¹ Autor de correspondencia. 0000-0003-4684-6557 | jc.condoric@unaj.edu.pe | Universidad Nacional de Juliaca, Perú.

² 0000-0002-4760-267X | rm.gozmem@unaj.edu.pe | Universidad Nacional de Juliaca, Perú.

From an early age, i have always liked to move forward: a qualitative report on the experience of women entrepreneurs in the retail sector of the city of Juliaca

Abstract

The aim of this study is to describe the experience of women entrepreneurs in the retail sector of the city of Juliaca. To achieve this, a qualitative study based on grounded theory was conducted. Semi-structured interviews were carried out with four women entrepreneurs operating in two markets in the city. The results reveal that the experience of women entrepreneurs begins in the informal sector and is motivated by necessity, and the influence of parents belonging to the first generation of entrepreneurs in the family, as well as work experience and cultural context are also determinants in the choice of the sector. Additionally, entrepreneurial spirit contributes to overcoming challenges and business growth; however, obstacles such as economic losses, lack of higher education, and limited access to financing sources restrict the survival of the entrepreneurship. The current situation of women entrepreneurs translates into satisfaction with the work done over their trajectory, implying introspection of the woman and the prospect of self-realization. In conclusion, the experience of women entrepreneurs in the retail sector is elucidated through the categories of analysis such as entrepreneurial spirit, motives for entrepreneurship, experience as a determinant of sector choice, expression of emotions in the face of lived experiences, factors contributing to the sustainability of entrepreneurship, and prospective.

Keywords: entrepreneurship; qualitative study; experience; retail; grounded theory.

Como citar:

Condori Centeno, J. C., Gozme Machacca, R. M. (2023). Desde pequeña siempre me ha gustado salir adelante. Informe cualitativo sobre la experiencia de la mujer emprendedora en el sector comercio de la ciudad de Juliaca. *WAYNARROQUE. Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 3(2), 59–72. <https://doi.org/10.47190/rcsaw.v3i2.79>

INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo, el papel de la mujer se ha visto limitado por la división tradicional de roles donde la mujer asume responsabilidades de atención a la familia y de trabajo doméstico como cuidar a los hijos y atender las actividades del hogar (Contreras et al., 2020; Hernández et al., 2009; Saavedra & Camarena, 2015). Sin embargo, actualmente, las mujeres optan por realizar otro tipo de funciones que las beneficie económicamente, permitiéndoles avanzar individual y socialmente a través del emprendimiento. Históricamente este término empresarial se ha asociado con el género masculino visibilizando distintas formas de poder y la masculinidad hegemónica como figura del emprendedor (Connell, 1995, como se citó en Pineda, 2014), evidenciando la tradicional división sexual del trabajo, relegando a la mujer al espacio de lo doméstico y al hombre al campo de los negocios. Empero, en los últimos años existe una tendencia creciente de las mujeres a cambiar esta situación, asumiendo el rol de empresaria y disminuyendo la brecha existente con los hombres, permitiendo una mayor incorporación al mercado laboral (Escandón & Arias, 2011; Pineda, 2014).

El emprendimiento de la mujer es percibido como una herramienta de reconocimiento del esfuerzo igual al de los hombres considerando el impacto en la sociedad, la economía local y el progreso de su entorno (Tulla-Pujol et al., 2018); por ende, fortalece el empoderamiento de las mujeres al decidir emprender sus ideas de negocios, en un mundo cada vez más exigente dejando de lado la diferencia por géneros

y reconociendo el papel de la mujer en la transformación del medio urbano, rural y la productividad.

El informe Global Entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019, muestra que, en los emprendimientos establecidos, el 59.8% son varones y 40.2% son mujeres (Serida-Nishimura et al., 2020). Además, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019) indica que el 25.8% de mujeres se dedican a la actividad del comercio a diferencia del 13.3% de varones. Además, la mujer es identificada como la principal fuerza para la innovación y creación del empleo (Organization for Economic Cooperation and Development, como se citó en Orhan & Scott, 2001) a pesar de las dificultades que la limitan iniciar u operar una empresa a diferencia de los hombres (Neider, 1987, como se citó en Godiño-Poma, 2018), por lo tanto, se entiende por emprendedora a aquellas mujeres que realizan actividades empresariales de manera conjunta y/o independiente.

En la región Puno existen diferentes actividades económicas, como el comercio, de las cuales 85.3% representan al sector informal. Así mismo, en la ciudad de Juliaca, el comercio es la actividad principal, que se caracteriza por la venta de bienes, que sólo el 15.2% de los negocios están registrados en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Las mujeres emprendedoras enfrentan obstáculos para alcanzar sus aspiraciones laborales, destacando la falta de capacidad de emplear a otras personas por lo que se limitan a quedar como micro empresarias, disminuyendo sus utilidades, además la falta de capital para hacer crecer sus negocios, la oportunidad de emprender y la competencia existente, por lo tanto, este estudio ha tomado en cuenta casos de mujeres emprendedoras que han superado estas limitaciones. El emprendimiento de la mujer se considera un campo de estudio reciente y amplio, siendo mayormente estudiado en países desarrollados a diferencia de los países de América Latina y el Perú, menos aún en el distrito de Juliaca donde el emprendimiento de la mujer impera. A partir de lo mencionado, el presente estudio tiene por objetivo describir las experiencias de las mujeres emprendedoras en el sector comercio en la ciudad de Juliaca.

METODOLOGÍA

El estudio tiene una orientación teórico-metodológica de tipo cualitativo, ya que se utiliza la recolección y análisis de los datos fundamentándose desde una perspectiva interpretativa enfocada en el entendimiento de los significados de las acciones de personas (Hernández-Sampieri & Mendoza-Torres, 2018). Además, se fundamenta en el diseño de teoría fundamentada, debido a que la construcción de la teoría del estudio se deriva de los datos recopilados de manera sistemática, siendo relevante la fundamentación de los conceptos extraídos de los datos (Strauss & Corbin, 2002).

El estudio fue realizado en el distrito de Juliaca, ubicado en la parte norte de la provincia de San Román de la región Puno. Este distrito concentra espacios de intercambio comercial como los mercados internacionales San José, Túpac Amaru y las Mercedes. El distrito es considerado como la capital económica de la región, caracterizándose por su actividad económica creciente, variada, masiva y emprendedora, teniendo auge las actividades comerciales, industriales, artesanales, agropecuarias, alimentarias, entre otros.

Se ha utilizado el muestreo intencional, debido al interés fundamental por comprender las experiencias de las mujeres emprendedoras teniendo en cuenta la posibilidad para obtener información profunda y detallada de las participantes (Martínez-Salgado, 2012), por lo que siendo un muestreo subjetivo los elementos muestrales fueron

conocidos lo cual se permitió un muestreo representativo (Naghi, 2005). Las participantes fueron 4 mujeres que desarrollaron emprendimientos en el sector comercio, cuyos establecimientos de ventas se ubican en los mercados internacionales de San José y Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca. Las características de las participantes se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1

Perfil de las participantes del estudio

Establecimiento de venta	Participante	Estado civil	Edad	Nivel de estudios	Tipo de negocio
Mercado Internacional San José	Sonia	Soltera	40	Superior universitario completo	Útiles escolares
	María	Casada	40	Secundaria completa	Locería
Mercado Internacional Tupac Amaru	Lilian	Casada	40	Secundaria completa	Licorería
	Lucia	Casada	41	Primaria completa	Plastiquería

Nota. La tabla reúne las características de las mujeres emprendedoras obtenidas durante la entrevista.

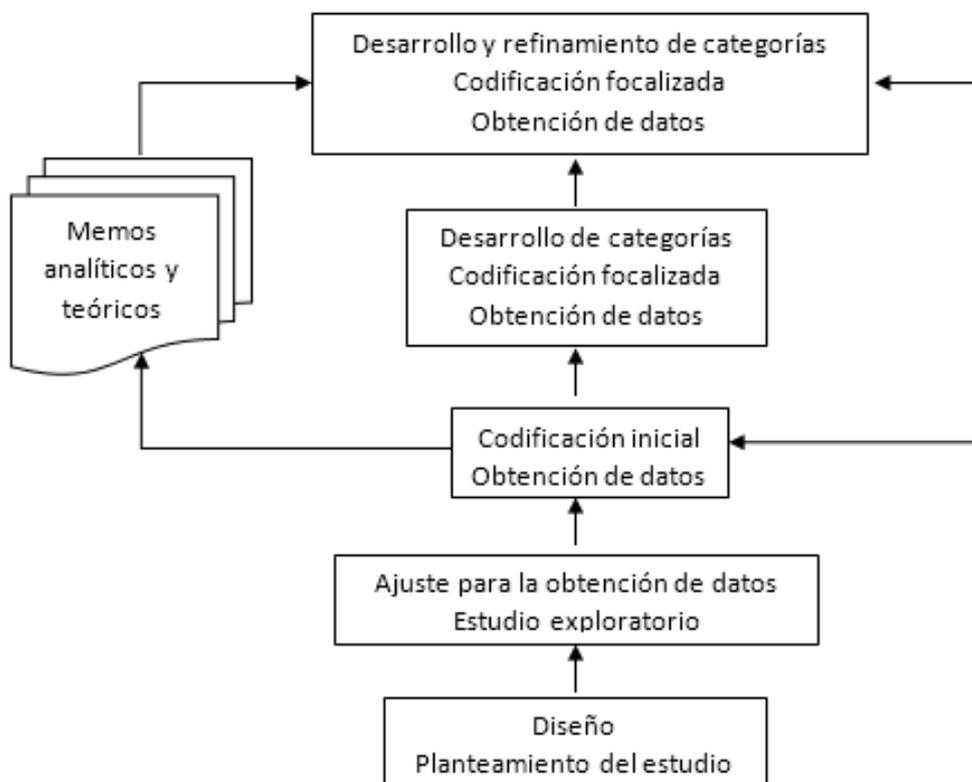
La recolección de datos se dio mediante la aplicación de la entrevista cualitativa en profundidad, utilizando el instrumento de la guía de entrevista semi estructurada. La entrevista es un proceso comunicativo de extracción de información, siendo una conversación personal larga, donde el entrevistado dé a conocer sus opiniones, experiencias y otros aspectos necesarios a la investigación (Varguillas-Carmona & Ribot-de Flores, 2007). A través de entrevista en profundidad se pretendió adentrarse en la vida del entrevistado, comprender y detallar lo trascendente, a partir de ello construir minuciosamente la experiencia (Robles, 2011). Las entrevistas se llevaron a cabo en los establecimientos de venta, elegidos por las participantes. Se dio comienzo a las entrevistas con preguntas relacionadas al emprendimiento desarrolladas por ellas mismas, para posteriormente formular las preguntas abiertas relativas a la experiencia de emprender en el sector comercio. Durante la entrevista las participantes dieron a conocer la trayectoria de vida, los obstáculos y cambios que tuvieron que enfrentar para encontrar una estabilidad laboral femenina. Las entrevistadas del estudio accedieron a la entrevista de manera voluntaria obteniéndose el consentimiento informado previo a la misma, así mismo se ha garantizado la confidencialidad de la información.

El análisis de los datos se realizó mediante el método de comparativo constante para establecer distinciones analíticas haciendo comparaciones en cada nivel de trabajo analítico (Charmaz, 2006), finalizándose con la saturación teórica de las categorías. El proceso de análisis se describe en el siguiente esquema:

En el procesamiento de datos se ha procedido con la reducción de datos para lo cual se ha segmentado y codificado, así mismo se ha visualizado los datos mediante la red hermenéutica organizándose y comprimiéndose para su comprensión. No obstante, se tuvo limitaciones para realizar las entrevistas como la disposición de tiempo por parte de las mujeres emprendedoras debido al trabajo que realizan como gerentes administradoras de sus negocios.

Figura 1

Proceso de análisis de datos



Nota. Esquema del proceso de análisis de los datos cualitativos.

RESULTADOS

La experiencia de la mujer emprendedora es la categoría de análisis que describe la historia de vida de las participantes desde la génesis del emprendimiento, el motivo, los obstáculos, la elección del rubro, los determinantes del éxito emprendedor y la introspectiva emprendedora permitiéndole alcanzar la independencia asumiendo responsabilidades con la economía familiar valiéndose de sus habilidades y ánimos de superación.

Espíritu emprendedor

Los principales hallazgos del estudio, mediante el análisis de los discursos del método de van Manen, muestran que el espíritu emprendedor de las mujeres se fundamenta en su forma de pensar y actuar para encontrar oportunidades de superación.

Tabla 2*Espíritu emprendedor para entender la experiencia*

Empírico - descriptivo	Reflexivo - análisis temáticos		Reducción eidética (micro temáticas)	
Entrevista (preguntas)	Reflexión temática (macro temáticas)	Reflexión lingüística		ETIC
		EMIC		
¿Cómo inicio su experiencia como mujer empreded ora?	"Comienzo del empredmie nto"	[...] "Primero yo estaba trabajando en otra tienda casi así igualito vendía de ahí juntando mi sueldo, me dediqué a vender en este negocio, un poco sabía ya entonces poco a poco he empezado a abrir". [Sra. María]	El empredimie nto es el resultado de la suma de experiencias laborales	La experienci a laboral permite iniciar un negocio
		[...] "Yo este negocio he iniciado soltera, yo tenía en esas fechas 24 o 23 años (...). Había un local que estaba cerrado y fui, yo más antes estaba en la calle y dije "ya no debo estar en la calle" porque en la calle hace frío, viento todo y dije "lo voy a tomar el local" (...) y no sabía que poner, antes mi negocio no rentaba para esta calle. (...) y dije ¡no! "Acá va a dar plastiquería" y de frente ya empecé a trabajar". [Sra. Lucia]	La forma de pensar se relaciona con una cultura de superación y búsqueda de mejores condiciones laborales.	Transición de la calle a local de venta como proceso de superación
		[...] " había en la calle Huancané solo dos librerías que habían tenido años antes ya trabajando(...) por lo menos un promedio de 6 a 8 años, nosotros recién iniciamos con el sector informal al inicio,(...)ellos eran como un pez gordo,(...) y competir (...) con precios era un poco difícil (...) hemos tenido la confianza de las empresas que nos envía al contado y con un precio quizá muy diferente (...) otro factor (...) es la garantía de pago que tú les des a las empresas, (...) de ahí empezamos a crecer (...) pero te lo dan si eres una empresa formal entonces de ahí es la necesidad es que nosotros pedimos incursionamos en la formalidad (...)" [Sra. Sonia]	Los créditos que brindan las empresas permiten la continuidad del emprendimiento.	Fuente de financiamiento como sobrevivencia del emprendimiento

Nota. Las mujeres tienen cada vez mayor participación en los emprendimientos (Brush et al., 2009). Además, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) destaca la participación activa de las mujeres en emprendimientos de pequeñas y medianas empresas, así como micro emprendimientos.

El espíritu emprendedor de las mujeres, evidencia que la experiencia laboral contribuye a dar comienzo al emprendimiento y afrontar los riesgos, debido al

involucramiento previo a emprender que tuvo la mujer. Además, la transición de la calle a un local comercial se sostiene en la forma de pensar y actuar, lo cual se relaciona con la cultura de bienestar que se encamina a mejorar las condiciones para el crecimiento del emprendimiento. Además, las fuentes de financiamiento permiten la sobrevivencia del emprendimiento, pero exige la formalidad como la inscripción en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) con el fin de acceder al créditos o mayores fuentes de financiamiento.

Motivos para emprender

Tabla 3

Razones para emprender

Empírico-descriptivo	Reflexivo - análisis temáticos		Reducción eidética (micro temáticas)	
	Reflexión temática (macro temáticas)	Reflexión lingüística		
Entrevista (preguntas)		EMIC	ETIC	
¿Cuáles fueron las razones para emprender?	"Razones del emprendimiento"	[...] "desde pequeña siempre me ha gustado casi salir adelante... Siempre a veces papá, mamá no te ayuda, pero el banco te ayuda." [Sra. Lucia]	La influencia de la familia y la cultura de superación son el motivo para emprender	Emprendimiento intergeneracional
		[...] "el motivo es que los hijos crecen y tienen necesidades, y viendo ahí hay un pequeño margen de ganancia y otros ingresos también pero ya para tener un ahorro ya entonces soltamos el dinero para abrir una tienda y al menos que sea para los gastos, y también porque mis padres eran uno de los comerciantes importantes en Juliaca". [Sra. Lilian]	La necesidad de mantener a los hijos y apoyar en la economía del hogar.	La necesidad por contribuir en la economía del hogar y trabajar por los hijos es motivo para emprender

Nota. El emprendedor es aquella persona capaz de diseñar una idea, planear, ejecutar y desarrollar un proyecto de negocio o empresa a través de la identificación de oportunidades del mercado o satisfacer las necesidades de generación de ingreso propio (León-Mendoza & Huari-Leasaski, 2014).

Las razones para emprender fueron la necesidad de solventar los estudios de sus hijos, es decir el rol de madre y el emprendimiento intergeneracional que influye en la decisión para dar comienzo a un emprendimiento. Los antecedentes familiares en el sector comercio desde padres dedicados al emprendimiento a la continuación de la próxima generación de emprendedoras.

Obstáculos de la mujer emprendedora

Tabla 4

Limitantes

Robo, pérdidas económicas, pérdidas de mercancía
Solo contar con secundaria completa
Solo contar con primaria completa
Competencia
Falta de experiencia en la administración de una empresa
Falta de confianza de las fábricas distribuidoras a emprendimientos recientes con bajos recursos económicos
Apertura de las líneas de créditos a cualquier empresa solicitante (sea pequeña o grande)

Nota. Testimonios de las participantes del estudio.

Los obstáculos para emprender son la falta de estudios superiores para administrar mejor la empresa, las pérdidas económicas y la competencia de mercado. No obstante, emprender vendiendo en las calles, en la etapa inicial, es el obstáculo principal que es común entre las participantes debido a la informalidad y la precariedad laboral en las cuales tuvieron que permanecer hasta el incremento de los ingresos para establecerse en un local comercial.

La experticia como determinante del tipo de comercio

En la elección del tipo de comercio, las mujeres decidieron los rubros del negocio, en base a los conocimientos derivados de la experiencia basándose en generar utilidades.

“(..) y no sabía que poner, antes mi negocio no rentaba para esta calle (...) y dije ¡no! Acá va a dar plástiquería y de frente ya empecé a trabajar” [Sra. Lucia]

“hay que ver no siempre estar estáticos, si este negocio vez que ya no hay mucha competencia y que la utilidad ya no es como está siempre y los tiempos cambian, entonces hemos ido o bien nos dedicamos al sector de la librería o bien nos dedicamos al sector de la losa” [Sra. Sonia]

La satisfacción del esfuerzo por emprender

La satisfacción de haber emprendido manteniendo la sostenibilidad del emprendimiento a lo largo del tiempo y la plena realización del negocio de manera independiente con la flexibilidad de los horarios demuestran el sentir actual de las participantes.

Tabla 5*Situación actual*

Empírico - descriptivo	Reflexivo - análisis temáticos		Reducción eidética (micro temáticas)	
Entrevista (preguntas)	Reflexión temática (macrotemá ticas)	Reflexión lingüística <hr/> EMIC	ETIC	
¿Cuáles son las emociones respecto a su situación actual de emprendedora?	"Emociones respecto a la situación actual"	[...] "Estamos satisfechos porque... Si no hubiésemos tenido bajos y altos, si no hubiésemos corrido riesgos, tenido caídas, entonces no hubiésemos tomado las previsiones, tomado otras decisiones que nos han ayudado también a crecer". [Sra. Sonia]	Satisfacción por todos los altibajos vividos durante su experiencia de emprendimiento.	Satisfacción del trabajo realizado.
		[...] "me siento feliz, tranquila ya más antes no tenía. Mi capital ha crecido solito, el negocio, pero siempre dándole duro, porque antes trabajaba desde las 2 de la mañana hasta las 10 de la noche, hoy trabajo... yo hoy vengo exactamente 8:30 a veces o 9 con mi bebe y me estoy yendo a las 7 y ya no trabajo como antes." [Sra. Lucia]	Tranquilidad de que el emprendimiento creció mediante el esfuerzo para la estabilidad económica.	Estabilidad económica producto del emprendimiento
		[...] "¡Ah! por lo que estoy administrando bien, por lo que estoy trabajando bien." [Sra. María]	Satisfacción por haber realizado un buen trabajo administrativo y con ello el crecimiento del emprendimiento.	Adecuada administración de la empresa
		[...] "Me siento feliz (...) estoy satisfecha porque he logrado lo que me he propuesto... ya que el negocio es cómodo, no tengo dificultades en cuanto a mis horarios." [Sra. Lilian]	Satisfacción por metas cumplidas y por la flexibilidad de los horarios.	Flexibilidad de horarios de trabajo

Nota. Testimonios de las mujeres emprendedoras en el sector comercio de la ciudad de Juliaca, Puno, Perú, 2021.

Introspectiva emprendedora

Las participantes expresan emociones intensas como respuesta ante la experiencia de emprender, incluso el recuerdo es expresado mediante el llanto, en una de las participantes. El comienzo del emprendiendo en el sector comercio suele caracterizarse por la informalidad, expidiendo productos en las calles de las urbes, en ese sentido, esa primera experiencia para una mujer demuestra la dificultad de encontrar la estabilidad

laboral y por ende el testimonio de una trayectoria acompañada por emociones y estados de ánimo perdurables. No obstante, las otras participantes recuerdan con optimismo su experiencia debido al espíritu de esperanza que poseen por continuar con el emprendimiento.

El camino al éxito emprendedor

Las participantes tuvieron una prospectiva de éxito para alcanzar sus metas, a pesar de las adversidades, siendo una determinante personal para emprender, así mismo la autonomía en el compromiso, expresados en la dedicación al comercio con mayores horas de trabajo fue el resultado del emprendimiento formal con estabilidad económica y laboral. La complementariedad entre el apoyo familiar y el emprendimiento han sido uno de los factores que evitaron la deserción en la etapa inicial del emprendimiento aumentando la sostenibilidad y sobrevivencia de la empresa.

Perspectivas a futuro

Las participantes anhelan darse el tiempo necesario así misma después del esfuerzo y empeño que pusieron en el crecimiento de su negocio, es decir “el descanso como recompensa del trabajo realizado”; por otro lado, la necesidad de continuar trabajando en su emprendimiento para obtener ingresos que permitan contribuir en la formación profesional de sus hijos. También, se evidencia la aspiración por otorgar el cargo de administradora a otra miembro de la familia, lo cual demuestra la influencia del emprendimiento intergeneracional.

Tabla 6

Categorías emergentes sobre la mentalidad emprendedora

Emociones respecto a su trayectoria	Factores de éxito	Perspectivas a futuro
<ul style="list-style-type: none"> • Emoción • Ganas de llorar • Optimismo • Recuerdos 	<ul style="list-style-type: none"> • No distraerse • Apoyo moral de familiares • Consejos de hijos • Exigencia • Responsabilidad • Puntualidad • Esfuerzo 	<ul style="list-style-type: none"> • Otorgar la responsabilidad de la empresa a otra persona • Disfrutar la vida • Ya no trabajar y vivir de lo trabajado • Seguir trabajando hasta que sus hijos sean profesionales

Nota. Testimonios de las mujeres emprendedoras en el sector comercio de la ciudad de Juliaca, Puno, Perú, 2021.

DISCUSIÓN

Se han descrito las experiencias de mujeres emprendedoras desde las características del espíritu emprendedor, los motivos que las llevaron a emprender, lo que implica emprender para una mujer, y la visión a futuro como emprendedoras en el comercio. El emprendimiento femenino necesita una forma de pensar y actuar, características que se reúnen en el espíritu emprendedor, así mismo, el contexto cultural para el comienzo de las actividades emprendedoras (Carlos et al., 2015; Villegas-Mateos et al., 2021), y la decisión para iniciar un negocio, la naturaleza del reconocimiento de las oportunidades,

la elección del tipo de emprendimiento y la forma en cómo se administra (Hayton et al., 2002), la cultura se encuentra relacionado en cada etapa del emprendimiento, demostrándose en la transición de la calle (informalidad) a un establecimiento de venta formal donde la decisión ha sido influida por la cultura emprendedora que posee la mujer.

La sobrevivencia del emprendimiento de las mujeres ha requerido de fuentes de financiamiento que consisten en un capital inicial y continuo siendo una de las barreras para el crecimiento del negocio, más aún en el caso de las mujeres (Piacentini, 2013), así mismo las mujeres cuentan con un capital menor para comenzar sus emprendimientos y con menor oportunidad para acceder a un financiamiento (Saavedra & Camarena, 2015).

La motivación de las mujeres para emprender se basa en el deseo por ser independientes y autosuficientes (Hisrich et al., 2017). No obstante, en el estudio se demostró que las mujeres juliaqueñas se encuentran motivadas debido al vínculo afectivo que existe entre la mujer y la familia, más aun con los hijos quienes son la principal razón que tienen en común las participantes (López et al., 2012; Saavedra & Camarena, 2015; Silva-Peralta & Rompato, 2020). Además, el motivo para emprender viene por la influencia de la familia como los padres de las participantes, a los cuales se han considerado pertenecientes a una primera generación de emprendedores que han influenciado en la decisión de emprender de las mujeres e incluso continuar con el mismo rubro del comercio (Vega, 2018). Además, el emprendimiento de mujeres tiene obstáculos con respecto a la innovación y la falta de estudios superiores, las pérdidas económicas, los robos suscitados durante la experiencia emprendedora, pero existen limitantes que se encuentran implícitas como la desigualdad de género y las dificultades laborales, más aún con las características de los emprendimientos pequeños y orientados a rubros diferenciados. También, la experiencia laboral en rubros semejantes previo al emprendimiento ha permitido elegir el tipo de negocio. Además, el logro de las metas de las mujeres emprendedoras se da a través de la perseverancia y rendimiento de su trabajo (Mejía et al., 2020), por eso la expresión de emociones intensas con los recuerdos. Así mismo, los factores determinantes para la sostenibilidad del emprendimiento consisten en las condiciones culturales y económicas (Paredes et al., 2019).

CONCLUSIONES

La experiencia de la mujer emprendedora en el comercio consiste en el espíritu emprendedor para comenzar un negocio, acompañado de una experiencia laboral previa, así como la decisión en la transición de la informalidad a la formalidad característico en el comercio de la ciudad de Juliaca, por eso la necesidad de fuentes de financiamiento para la sobrevivencia del emprendimiento. Además, los motivos que encaminan a la mujer al emprendimiento es la influencia de los padres que pertenecen a la primera generación de emprendedores, también la necesidad de emprender debido al vínculo familiar; sin embargo, la experiencia se encuentra con obstáculos que dificultan el crecimiento del emprendimiento, esta situación se ve incrementada en el caso de las mujeres debido a la falta de estudios superiores, robos, pérdidas económicas y las barreras al acceso de capital. No obstante, la experiencia laboral previo al emprendimiento contribuye en la elección del tipo de comercio, pero a su vez se ve influido por el contexto cultural en la decisión de oportunidades, lo que conlleva a una situación actual expresada en un estado de satisfacción, estabilidad económica y la predisposición de los horarios. En ese sentido, la mujer emprendedora tuvo un pensamiento de superación, autocontrol, apoyo familiar para orientarse al logro empresarial desde un enfoque centrado en la autorrealización.

Las mujeres emprendedoras tienen un papel clave en la economía nacional al contribuir en el mercado de trabajo y el desarrollo de actividades económicas como el comercio imperante en la ciudad de Juliaca, lo que implica consigo un desarrollo social para su población, así mismo emprender fortalece la equidad de género en el país, rompiendo con estereotipos que consideran al varón como único emprendedor, limitando e incluso excluyendo a la mujer en dicho ámbito. Se necesita que más mujeres emprendan no por necesidad, sino por oportunidad, autorrealización y vocación.

Las limitaciones del estudio provienen del significado que se le atribuye al término “emprendimiento”, ya que son utilizados en diferentes contextos como formal e informal y mayormente hacen referencia al hacer del “varón” y no de la “mujer” Además, en el estudio se ha identificado generaciones de emprendedores, pero de acuerdo a las entrevistas realizadas se ha determinado una primera y segunda generación, sin embargo, no se ha logrado determinar una tercera generación. Una fortaleza del estudio es haber obtenido información de mujeres emprendedoras en el comercio, debido a la escasa producción científica sobre el tema y ámbito de estudio como es Juliaca, eje de flujo comercial de la región Puno. En estudios futuros, pueden ser incluidos emprendedores varones dedicados al comercio.

Contribuciones de autoría

Jackelin Corayma Condori Centeno contribuyó en la conceptualización, curación de datos, metodología, adquisición de datos, administración de la investigación, redacción del borrador, revisión y redacción de la versión final. Rossy Milagros Gozme Machacca contribuyó en la conceptualización, curación de datos, redacción y revisión.

Fuente de financiamiento

El financiamiento de la presente investigación ha sido autofinanciado.

Conflicto de intereses

Las autoras declaramos que no tenemos ningún conflicto de interés.

REFERENCIAS

- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>
- Carlos, C., Contreras, L., Silva, M. D. L. Á., & Liquidano, M. del C. (2015). El Espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Conciencia Tecnológica*, 49, 46–51. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94438997006>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide through Qualitative Analysis* (SAGE Publications (ed.)). http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Charmaz_2006.pdf
- Contreras, P., Vargas, E., Cruz, G., & Serrano, R. (2020). Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable. *Revista Espacios*, 41(31), 225–237. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/20413118.html>
- Escandón, D., & Arias, A. (2011). Capacidades y recursos que influyen en las empresas femeninas. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 27(45), 31–44. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452011000100002
- Godiño-Poma, M. G. (2018). *Protagonismo de la mujer wanka y el emprendimiento*

- empresarial en Huancayo, 2011- 2016* [Universidad Nacional Federico Villarreal].
<http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2507>
- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 26(4), 33–52. <https://doi.org/10.1177/104225870202600403>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza-Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández, C., Camarena, M., & Castanedo, B. (2009). *Para las mujeres no todo el poder...pero sí todo el trabajo*. Fondo Editorial de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México y Ediciones y Gráficos Eón. http://www.alafec.unam.mx/ntraut_mujeres.php
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *Entrepreneurship*. McGraw Hill-Irwin. <https://studydaddy.com/attachment/188305/Entrepreneurship+-+10th+edition+-+Hisrich+Peters.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Sistema de Información Económica*.
- León-Mendoza, J., & Huari-Leasaski, D. (2014). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. *Pensamiento Crítico*, 13, 057. <https://doi.org/10.15381/pc.v13i0.9000>
- López, M., Romero, P. M., & Díaz, R. (2012). Motivaciones para emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Ei*, 384, 75–84. <https://rodin.uca.es/handle/10498/16103>
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 3(17). <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/S1413-81232012000300006>
- Mejía, O., Proaño, M., & Murillo, E. (2020). Características del perfil emprendedor de las madres solteras del noroeste de la ciudad de Guayaquil. *Revista investigación & Negocios*, 13(21), 98–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.38147/inv&neg.v13i21.86>
- Naghi, M. (2005). *Metodología de la investigación* (Segunda). Noriega Editores.
- Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5), 232–247. <https://doi.org/10.1108/09649420110395719>
- Paredes, S. P., Castillo, M., & Saavedra, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México . *SUMA DE NEGOCIOS*, 10(23), 158–167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8>
- Piacentini, M. (2013). *Women Entrepreneurs in the OECD: Key Evidence and Policy Challenges* (Núm. 147). <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/5k43bvtkmb8v-en>
- Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y Economía*, 26, 239–269. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-63572014000100011&script=sci_abstract&tlng=es
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 18(52), 39–49. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004
- Saavedra, M. L., & Camarena, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129–152. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>

- 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://hdl.handle.net/20.500.12640/2070>
- Silva-Peralta, Y. F., & Rompato, M. E. (2020). Perfil psicosocial de la mujer emprendedora. Un análisis cualitativo y local. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 88, 145–164. <https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2697>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Editorial Universidad de Antioquía. <https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/bases-investigacion-cualitativa.pdf>
- Tulla-Pujol, A. F., Pallarés-Blanch, M., & Vera, A. (2018). Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña. *Cuadernos Geográficos*, 57(3). <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i3.5770>
- Varguillas-Carmona, C. S., & Ribot-de Flores, S. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Lauro*, 13(23), 249–262. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76102313>
- Vega, N. (2018). *Influencia de la familia en el emprendimiento de las organizaciones del sector comercio en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander* [Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña]. <http://repositorio.ufpso.edu.co/handle/123456789/2308>
- Villegas-Mateos, A., Barron, E., & Ruiz, L. E. (2021). The role of cultural and social norms to create entrepreneurship educational programmes. *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research*, 11, 135–149. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620210000011009/FULL/XML>