



## ARTICULO ORIGINAL

Rev. Investig. Altoandín. 2015; Vol 17 N° 1: 33 - 40

<http://www.unap.edu.pe/oui/ria/> - <http://huajsapata.unap.edu.pe/ria>  
Enero - Abril - ISSN V.I: 2306-8582 V.D: 2313-2957



## Mujeres empresarias de éxito en Puno-Perú

Jesús E. Tumi Quispe<sup>a</sup>; Yusey del Pilar Flores Cano<sup>b</sup>

<sup>A</sup>DOCENTE PRINCIPAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PUNO; <sup>B</sup> INVESTIGADOR RED DE INICIATIVAS DE CONCERTACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE PUNO PERÚ.

## INFORMACIÓN DEL ARTICULO

Art. Recibido 20/02/15  
Art. Aceptado 12/04/15  
Publicado: 30/04/15

## PALABRAS CLAVE:

\*Mujeres empresarias  
\*factores económicos  
\*sociales y culturales

## RESUMEN

El objetivo del estudio está orientado a examinar los factores económicos, sociales y culturales que inciden en el éxito de las mujeres empresarias de Puno en la promoción de emprendimientos económicos de bienes o prestación de servicios. La investigación es de carácter no experimental, cualitativo, seccional de corte descriptivo. La población operacional es de casos especiales, conformado por 14 unidades empresariales gestionadas por mujeres de la ciudad de Puno. Los resultados de la investigación son: Los factores económicos que inciden en el éxito de los emprendimientos (micro y pequeñas empresas) promovidas por mujeres, se sustentan en el conocimiento de la demanda y oferta del mercado, acceso a tecnología mejorada y crédito; los cuales, posibilitan su posicionamiento en el mercado, incrementar sus niveles de producción y productividad, alcanzar una cultura de calidad y excelencia, ampliar o diversificar el stock de producción de bienes o prestación de servicios. Los factores sociales que contribuyeron al éxito de los emprendimientos económicos, es el nivel de conocimientos que poseen sobre gestión empresarial; cuyo acceso, indistintamente, fue mediante la educación formal (formación académica directa), no formal (mediante el acceso a cursos de capacitación y asistencia técnica) e informal (observación de experiencia de trabajadores o de empresas conexas). Esta situación, sentó las bases fundamentales para la elevación de su estatus social y su aporte al bienestar familiar y social. El espíritu de ahorro de las mujeres empresarias contribuyó al éxito de los emprendimientos económicos, en la medida que afianzó la reinversión productiva de sus excedentes para ampliar el volumen de bienes, diversificar la producción o incursionar en otros subsectores económicos con potencial competitivo. Paralelamente, estos factores afianzaron el incremento de su autonomía económica y autoestima.

## ARTICLE INFO

Article Received 20/02/15  
Article Accepted 12/04/15  
Published:30/04/2015

## KEY WORDS:

\* Women entrepreneurs  
\* economic  
\* social and cultural factors

## WOMEN ENTREPRENEURS OF SUCCESS IN PUNO-PERU

## ABSTRACT

The objective of this study is to examine the economic, social and cultural factors that affect the success of women entrepreneurs in Puno, in the promotion of economic endeavors of goods or services. The research is non-experimental, and qualitative sectional descriptive. The population is operational in special cases, comprised of 14 business units managed by women of the city of Puno. The results of the research are: Economic factors affecting the success of the enterprises (micro and small enterprises) promoted by women, are based on knowledge of demand and market supply, improved access to credit and technology; which, enabling their market position, increase production and productivity levels, achieving a culture of quality and excellence, expand or diversify production stock of goods or services. Social factors contributing to the success of economic undertakings is the level of knowledge they have on corporate governance; whose access indistinctly was through, non-formal (through access to training and technical assistance) and informal (observation of workers experience or related companies) formal education (direct academic training). This laid the foundations for raising their social status and their contribution to family and social welfare. The thrift of women entrepreneurs contributed to the success of economic ventures, to the extent that strengthened the productive reinvestment of surpluses to expand the volume of goods, diversify production or enter other economic subsectors with competitive potential. Similarly, these factors reinforced the increase in their economic independence and self-esteem.

## INTRODUCCIÓN

El Perú, a mediados de la década del ochenta, denota un contexto de crisis económica, social y política generalizada. Esta situación, se expresa en el creciente proceso de desempleo y desocupación, acrecentamiento de la desigualdad social y los niveles de pobreza extrema, la debilidad e inestabilidad institucional, generando un ambiente de desconfianza e inseguridad en la población. En la década del noventa, en el marco del modelo de acumulación neoliberal, la economía del país y de las regiones entró en un proceso de recuperación y estabilidad económica. Las políticas de ajuste aplicadas en el país no sólo han revertido el proceso inflacionario sino que repercutieron negativamente en los niveles de empleo e ingresos, disminuyendo el poder adquisitivo de la población (Cortés Castellanos, 2002).

En el departamento de Puno, en las principales ciudades de Juliaca y Puno y en menor medida en Ilave y Juli en el Sur y de Ayaviri, Azángaro y Macusani en la zona norte, se denota el surgimiento de emprendimientos empresariales de naturaleza diversa (Flores Cano; 2007), principalmente de micro y pequeñas empresas productoras de bienes o prestadoras de servicios (Directorio MITINCI Puno; 2000). Asimismo, el incremento de la actividad del turismo interno y externo, especialmente en Puno, dinamizó la producción de bienes (artesanías de cerámica y de tejidos) y servicios (restaurantes, hoteles, servicios de transportes).

En los últimos años, se establecieron nuevos emprendimientos empresariales lideradas por mujeres, vinculados principalmente a la actividad del turismo y a las demandas del crecimiento urbano de las principales ciudades de Puno (MITINCI Puno; 2000). Ello se revela en el padrón de afiliados de los gremios empresariales, donde la proporción de afiliados de emprendimientos es de 331 y los dirigidos por mujeres es superior al 10% (Cámara de Comercio y Producción de Puno; 2005).

En consecuencia, el crecimiento de las pequeñas y microempresas productoras de bienes o servicios, abrió un nuevo escenario para las mujeres que lideraron estos emprendimientos, por los nuevos roles que asumieron en el entorno familiar y social y los éxitos que alcanzaron, constituye un imperativo no sólo para conocer a las mujeres empresarias de Puno desde su real dimensión, su pensamiento innovador, sino también debe servir de marco para la definición de políticas efectivas en la promoción del desarrollo económico con equidad e inclusión social en perspectiva sostenida.

Frente a esta problemática compleja y de múltiples determinaciones, el estudio responde a la siguiente interrogante central: ¿Cuáles son los factores económicos, sociales y culturales que explican el éxito que tuvieron las mujeres empresarias de Puno para promover sus emprendimientos económicos?

## MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es de tipo no experimental, cualitativo y seccional, dentro de cuyo marco se articula los procedimientos fenomenológicos y etnográficos, sustentados en testimonios y observación participante; sobre cuya base se realizó el análisis de significado y contenido que explican los factores del éxito empresarial.

El contexto de estudio es la ciudad de Puno, sede de los emprendimientos económicos promovidos por mujeres, que en total son 59 empresas entre productoras de bienes y servicios. De este universo, aplicando el método de muestreo de casos especiales, la población operacional está conformada por 14 unidades empresariales gestionadas por mujeres. La unidad de análisis es la mujer empresaria; en tanto que la unidad de observación está centrada en el análisis de los factores socioeconómicos y culturales.

## RESULTADOS

El éxito que tuvieron las mujeres empresarias de Puno en la promoción de sus emprendimientos fueron dinamizados por factores de orden económico, social y cultural.

### 1 FACTORES ECONÓMICOS

Los factores económicos que inciden en el éxito que han tenido las mujeres para impulsar su emprendimiento económico, se expresan en el conocimiento de la demanda y oferta del mercado, el acceso a crédito y tecnología.

#### a) Conocimiento de la demanda y oferta del mercado

El conocimiento de la demanda y oferta del mercado, vinculado a su experiencia académica y profesional por parte de las mujeres empresarias y el crecimiento urbano, se configuran en factores fundamentales para las posibilidades de éxito de sus emprendimientos económicos.

En efecto, de un lado, el conocimiento de la demanda de mercado en sí ha servido para definir el rubro de cada emprendimiento económico y para mejorar la producción de bienes o servicios; ya que el mercado se configura como factor que determina que negocios tienen futuro y que negocios se estancan.

*«Tres cosas me sirvieron de impulso para empezar este rubro: sabía que había buena demanda para este producto y me dije porque no puedo en vez de tejer para otros, hacerlo para mí y ganar más, además ya conocía los contactos»(COD-PS -5).*

Complementariamente, otro factor relacionado con la demanda de mercado fue el conocimiento de las mujeres sobre la importancia del turismo como la principal actividad económica de Puno y la región.

*«Sin duda la demanda condiciona el futuro de nuestras empresas; Puno es turístico tenemos tantos atractivos, hay temporadas altas como julio y febrero, es ahí donde hay trabajo fuerte y tenemos que aprovechar» (COD-PS-8).*

Asimismo, el conocimiento de los niveles de oferta de bienes o productos, condiciona qué emprendimientos económicos se deben cambiar o cuales deben diversificarse dentro del rubro productivo o de servicio.

*«El aumento de los pedidos me hizo cambiar un poco el giro de mi negocio; en un principio hacíamos polos con motivos incas, pero vi que sólo dos personas producían prendas de alpaca y que el*

mercado estaba desabastecido. Por eso empecé a confeccionar chompas, chales y otras prendas de Baby Alpaca» (COD-PB-4).

De otro lado, la experiencia académica o profesional, también se constituye en otro factor importante para focalizar su emprendimiento económico, dado que les ha posibilitado mayor seguridad para establecer y consolidar su empresa.

«Como economista hice un estudio de mercado para saber qué negocio tenía demanda en Puno y fue así como decidí aperturar mi agencia de viajes, el turismo aumentaba y eran muy pocas las agencias de viajes; además tenían movi­lidades viejas, los guías no eran de carrera; así que esas flaquezas la aproveche y ahora mi agencia es una de las mejores en servicio» (COD – PS-6).

Finalmente, la demanda de mercado está relacionado con el crecimiento acelerado de la urbanización, principalmente de las principales ciudades (Juliaca y Ayaviri en la zona norte; Puno e Ilave, en el Sur). En este nivel la demanda de materiales de construcción se enfoca como un factor dinamizador de los emprendimientos económicos.

«La demanda es buena todo el año porque en el rubro de taller de metal mecánica siempre hay trabajos que hacer, además ya nos conocen y saben que nuestro trabajo es bueno y somos puntuales» (COD-PB-6).

En suma, estos factores a las mujeres empresarias, en unos casos les posibilitaron perseverar y ampliar en el rubro productivo iniciado; en otros casos, les posibilitó una mayor diversificación en el sub sector económico respectivo.

## b) Acceso a tecnología mejorada

Para las mujeres empresarias, el acceso a tecnología mejorada, tiene diversas motivaciones que se expresan en la necesidad de lograr posicionamiento en el mercado, mayor producción y productividad, alcanzar una cultura de calidad y excelencia en la producción de bienes y servicios.

En efecto, hay mujeres empresarias que buscan tener acceso a una tecnología adecuada como base para ampliar la producción de sus bienes y servicios; inclusive para garantizar dichos procesos de adopción de tecnología establecen alianzas con los productores de tecnología.

«Para mí ha sido muy necesario utilizar maquinaria moderna, ya que conforme íbamos aperturando mas sucursales de la panadería era necesario que la producción se agilice y sea de calidad, por lo que se hizo una alianza con NOVA para la adquisición y capacitación de hornos, batidoras industriales y otros» (COD-PB-3).

De otro lado, la necesidad de mantener el posicionamiento en la producción de un bien o prestar un servicio, las mujeres empresarias acceden a tecnología mejorada evidenciando su incursión en una cultura de calidad y excelencia.

«El hotel se ha mantenido como uno de los mejores, es porque constantemente hemos ido mejorando las habitaciones, la decoración y la atención; para eso hemos tenido que ir

modernizando las instalaciones, los artefactos como el caldero moderno, estufas, acceso a internet en cada habitación; es decir, usando los avances tecnológicos» (COD-PS-3).

«La tecnología ayuda a hacer que nuestro trabajo sea de calidad y en menor tiempo, también ahorra la mano de obra; las máquinas que compramos nos facilitan el trabajo, son útiles para cumplir con nuestros clientes»(COD-PB-6).

Finalmente, la necesidad de posicionarse en mercados mayores y tener alta productividad se configura en otro de los factores dinamizadores para la adopción de tecnología mejorada.

«mi empresa se dedica al rubro de producción de muebles de madera, con la adquisición de nuevas máquinas permite que la producción salga rápido y que sea de calidad; eso nos ha servido para liderar en el mercado regional, ya conocen que nuestros muebles son de calidad y nuevos modelos» (COD-PB-1).

«En la actualidad la tecnología impera; para mi colegio se expresa en la implementación de aulas virtuales donde nuestros alumnos tengan la posibilidad de aprender y llegar a dominar los diferentes paquetes de computación» (COD-PS-1).

En suma, la necesidad de lograr posicionamiento en el mercado, elevar los niveles de producción y productividad, ampliar el stock de la producción de bienes o servicios y alcanzar una cultura de calidad y excelencia se configuran en factores determinantes que sustentan la necesidad de acceso a nueva tecnología por parte de las mujeres empresarias de Puno.

## c) Acceso a crédito

La recurrencia al crédito de entidades financieras, a las mujeres empresarias les permite ampliar su producción o reinvertir en otras actividades económicas como complemento fundamental de la consolidación de su emprendimiento económico.

«Para equipar e implementar mi negocio, en vista que no tenía liquidez, tuve que recurrir al préstamo de la banca comercial; pero los requisitos que exigían eran demasiados» (COD-PS-9).

«El préstamo que obtuve de la banca comercial, me ha permitido ampliar mi negocio; aunque los intereses eran muy altos, a veces teníamos dificultad para pagar las cuotas en los plazos» (COD-PS-9).

En la recurrencia al crédito es importante considerar dos momentos: En un primer momento, la recurrencia se dio en torno a la banca comercial (Banco de Crédito, Banco Continental, Interbank y otros). Ante ello, en la percepción de las mujeres empresarias, se concibe la existencia de cuellos de botella expresados en procesos prolongados en la evaluación crediticia, exigencia de solvencia económica, excesivos requisitos y altos intereses.

«Los préstamos de las cajas municipales me ha servido para capitalizar mi negocio; aunque los montos eran pequeños, pero eran rápidos y con bajos intereses» (COD-PS-9).

En un segundo momento, con la insurgencia creciente de financieras de promoción a la actividad empresarial como las Cajas de ahorro y crédito municipales (Tacna, Cusco y Arequipa), edypimes (Edificar, Raíces) y entidades promovidas por organismos de promoción del desarrollo (Caritas, Pro Mujer y Manuela Ramos), se presentan condiciones favorables para el acceso a crédito por las mujeres empresarias; donde las evaluaciones crediticias son viables y los intereses relativamente más bajo que la banca comercial.

En suma, Los factores económicos que sustentan el éxito de los emprendimientos económicos promovido por mujeres se expresan en el conocimiento de la demanda y oferta del mercado, el acceso a crédito y tecnología, los cuales posibilitaron ampliar su capital, la reinversión productiva y alcanzar una cultura de calidad y excelencia.

## 2 FACTORES SOCIALES

El éxito de los emprendimientos promovidos por las mujeres empresarias, desde la dimensión social, se vio dinamizado por el acceso a conocimiento, la búsqueda del bienestar familiar y necesidad de elevar su estatus social.

### a) Acceso a información y conocimiento

El acceso a información y conocimiento acerca de los aspectos básicos del funcionamiento de la empresa, tanto al inicio como en el proceso de gestión es fundamental para el manejo de los distintos factores internos y externos, que luego tienen impacto en el logro de los objetivos propuestos.

*«El conocimiento sobre el manejo de mi empresa, lo obtuve de mi experiencia con los años de trabajo que tengo, los cursos de capacitación promovidos por CENFOTUR y de la Universidad donde estudie turismo» (COD-PS-2).*

Por otro lado, la consolidación de los emprendimientos económicos por parte de las mujeres empresarias se sustenta principalmente en el acceso a la información y conocimiento de la experiencia indirecta, proveniente de las entidades o gremios promotores de las micro y pequeñas empresas, como es el caso de la Cámara de Comercio y Producción de Puno; o de la experiencia directa de las artesanas o trabajadores de su empresa o empresas conexas.

*«Como mi profesión de profesora no era rentable, escogí el rubro de metal mecánica, era raro una mujer en este rubro, pero todo se aprende cuando hay ganas, aprendí de la experiencia de mis maestros trabajadores, la Cámara de Comercio también nos capacita» (COD-PB-6).*

Asimismo, cuando no se tiene experiencia concreta en la promoción y gestión de actividades empresariales se enfatiza el deseo de aprender recurriendo a eventos de capacitación externa, la búsqueda de apoyo en el entorno familiar o la recurrencia al apoyo de terceros «guías hábiles». Todo ello en la perspectiva de afianzar el éxito de sus emprendimientos económicos.

*«Dirigir la empresa fue difícil para mí, porque sólo estudié hasta quinto de secundaria, pero siempre fui empeñosa, así que poco a poco he logrado manejar mi empresa. Ahora estamos exportando*

*y viajo a Lima a Ecotex a capacitarme, mis hijos han estudiado contabilidad, administración y diseño, ahora ellos me ayudan sobre todo para tratar con los clientes de afuera» (COD-PB-5).*

*«Es muy importante conocer a fondo el manejo de tu empresa, por ejemplo no sólo es necesario tener relaciones en Lima para la venta de paquetes turísticos, sino también tener guías hábiles que tengan buen trato y conocimiento sobre nuestros atractivos» (COD-PS-7).*

La búsqueda de aliados estratégicos para potenciar sus emprendimientos económicos se configura en otro factor importante; es decir, establecer relaciones de coordinación con otras agencias o empresas del sub sector económico, posibilitan el éxito esperado, porque lo fundamental es tener acceso y estar al tanto de la tecnología y la información pertinente.

*«Es bueno estar bien informado sobre todo lo que ocurre en nuestras oficinas, es primordial el buen trato y consideración con los trabajadores de la empresa, así mismo estar en permanente conexión con otras agencias que son nuestros aliados en Lima y Cusco» (COD-PS-5).*

*«Tener información en mi negocio es estar al tanto sobre lo que es vigente en Lima en cuanto a tipos de decoración de tortas, modelos de tortas, tipos de masas y postres que sean de agrado de los clientes» (COD- PB-2).*

En consecuencia, el acceso a información y conocimiento sobre gestión empresarial por parte de las mujeres que promueven sus emprendimientos, se nutre de los efectos de la educación formal (formación académica directa), no formal (acceso a cursos de capacitación y asistencia técnica) e informal (asimilar experiencias potenciales de los trabajadores o empresas conexas).

### b) Elevación del estatus social

Para la mujer empresaria, el mejoramiento del nivel de ingresos económicos y el bienestar familiar sientan sus bases fundamentales para elevar el estatus social tanto a nivel personal como familiar.

*«Gracias a la empresa ha cambiado nuestras relaciones, porque cambio el medio en que vivimos, nuestros amigos también tienen empresas, nuestros hijos están mejor educados en universidades de Lima, pero siempre me acuerdo que de pequeña fui muy pobre, ahora mis hijos tienen cosas buenas que no tuve» (COD-PB-5).*

La elevación del status social de la empresaria y de su familia, ha posibilitado el cambio en sus estilos de vida, la expansión selectiva de relaciones sociales, conservando los niveles de identidad.

*«Nunca olvidé mi origen, fue muy difícil estudiar una carrera, trabajaba y estudiaba a la vez, a veces no tenía para pagar mi cuarto, mis padres no tenían recursos, creo que eso apresuro que me casara joven. Ahora es diferente, mis hijos tienen acceso a un mejor nivel de vida, pero esto es a base de mucho sacrificio» (COD-PB-6).*

### c) Contribución al bienestar familiar y social

En la percepción de las mujeres empresarias, la promoción de su emprendimiento económico, la independencia económica y la generación e incremento de los ingresos monetarios se configuran en la base fundamental para contribuir en algunos casos al sustento de la mejora y el bienestar familiar y social.

En esta orientación, las motivaciones de las mujeres empresarias se enfatizan en ciertos aspectos del bienestar familiar (Dies Collado; 1992) En algunos casos se pone énfasis en el mejoramiento del nivel de vida de los miembros de la familia nuclear.

*«Me siento satisfecha que mis ingresos compensen mis esfuerzos, ya que mi familia cuenta con un mejor nivel de vida, puedo decir que valió la pena luchar porque sólo así pude darle a mis hijos todo lo que yo no tuve» (COD-PB-5).*

*«Lograr el bienestar familiar fue el mayor motivo para abrir mi negocio, estoy asegurando el futuro de mis hijos en base a la dedicación diaria para que mis negocios sigan creciendo y con ellos el bienestar de toda mi familia.»(COD-PS-4).*

De otro lado, al hacer referencia a la búsqueda del bienestar familiar, explícitamente se hace referencia al bienestar de los hijos, buscando su bienestar material, el acceso a una educación de calidad, el deseo de que sean profesionales de éxito.

*«Es satisfactorio que mi familia tenga una holgura económica, a mí me alegra saber que mis hijos tienen acceso a buenos colegios, ese fue el mayor motivo para crear la agencia de viajes» (COD-PS-5).*

*«El bienestar familiar es un anhelo para los que tenemos hijos, pues ellos son el motivo para luchar, queremos que tengan más ventajas, particularmente creo estar haciendo posible con mi trabajo que mis hijos logren ser buenos profesionales» (COD-PB-1).*

*«El bienestar familiar para mí está expresado en que mis hijos pueden trabajar en nuestro propio colegio los seis trabajan conmigo tengo administrador, contador, trabajadora social y buenos maestros; sobre todo que son de mi entera confianza» (COD-PS-1).*

Asimismo, para la mujer empresaria, la consolidación del bienestar familiar tiene un sustento material, en cuyo logro fue fundamental el éxito logrado en su emprendimiento económico.

En suma, los factores sociales que contribuyeron al éxito de los emprendimientos promovidos por mujeres fue el nivel de conocimientos que poseen sobre gestión empresarial; cuyo acceso, se dio bajo diferentes modalidades educativas (formal, no formal e informal). Esta situación, permitió a las mujeres elevar su estatus social y su aporte al bienestar familiar y social.

### 3 FACTORES CULTURALES

Los factores culturales que han tenido las mujeres empresarias para promover sus emprendimientos económicos fueron el espíritu de

ahorro, la necesidad de tener mayor autonomía y elevar su autoestima.

#### a) Espíritu de ahorro

Para la sostenibilidad de los emprendimientos económicos en general, y los promovidos por las mujeres empresarias, resulta fundamental la reinversión productiva de los ingresos y excedentes económicos obtenidos en la realización de los bienes o servicios que se prestan. Paralelo a esta orientación, las mujeres empresarias tienen bastante claro que las actividades económicas que promueven no siempre tienen continuidad a lo largo del ejercicio económico anual.

En esta perspectiva, el ahorro casi desde los inicios de los emprendimientos económicos se ha configurado en condición esencial para garantizar la continuidad de micro y pequeñas empresas promovidas por mujeres; ello aparece evidente en los diferentes testimonios de las mujeres empresarias.

Así mismo, en relación a las fuentes de ahorro, en la percepción de las mujeres empresarias, existen diferentes tendencias: En efecto, de un lado, el ahorro se considera como un fondo de reserva especialmente en situaciones de crisis o estancamiento en la realización de los bienes o servicios que ofertan las empresarias.

*«Para mi empresa ha sido de mucha importancia ahorrar, ya que hemos tenido momentos difíciles donde había escasez de productos y por los cambios económicos ya no había ventas altas; por lo que nuestros ahorros nos han sacado de muchos apuros económicos con las letras del banco» (COD-PB-4).*

De otro lado, la concepción del ahorro que poseen algunas mujeres empresarias tiene su fuente en el espíritu heredado del seno familiar, los cuales ha tenido su continuidad en los mismos emprendimientos económicos promovidos por ellas; es más, se enfatiza que el ahorro es un legado de sus padres, cuyo espíritu también será inculcado a sus hijos.

*«Mi madre siempre nos inculcó el ahorro, ella decía que ahorrando progresaríamos y fue así que comencé este negocio en base a mis ahorros y con préstamos; así que me aventuré en este negocio de confección de chompas de alpaca» (COD-PB-5).*

*«Todas las empresas familiares que tenemos es producto del ahorro tanto de mis padres como de nosotros, es un legado que nos han dejado y a su vez nosotros dejaremos a nuestros hijos. Además ahorrar es muy necesario para sopesar los tiempos de vacas flacas que tenemos algunas veces, así mismo nos permite hacer de vez en cuando una reingeniería en nuestras empresas» (COD-PS-5).*

*«Siempre he inculcado a mis hijos el hábito del ahorro desde pequeños, parece que funcionó, pues la empresa se ha podido desarrollar en estos años, nosotros empezamos con ahorros producto de la venta de ganado que teníamos en la hacienda y con el tiempo mis hijos han ampliado el número de locales; actualmente, cada uno tiene su espacio ya sea en Puno como en Juliaca» (COD-PB-3).*

«En su momento para aperturar esta aventura sólo contaba con ahorros producto de la gratificación por años de servicio de mi esposo. El ahorro nos sirve para emprender negocios que con el tiempo nos da estabilidad» (COD-PB-2).

#### b) Búsqueda de autonomía

La autonomía económica se configura en una motivación que tienen las mujeres que promueven sus emprendimientos económicos en tanto que consideran les posibilita tener un ingreso económico, bajo la asignación de un sueldo específico, como base para distribuir los ingresos generados por la empresa no solo para la reinversión productiva sino también como parte de contribución al ingreso familiar y los gastos de redistribución.

En el primer caso, vale decir en lo relativo a una asignación de un sueldo de los ingresos generados por el emprendimiento económico, para las mujeres se constituye como un factor básico de autonomía económica frente a su conyugue y que al mismo tiempo le posibilita su contribución al sustento familiar.

«Si me asigno un sueldo sobre todo debido a los siguientes motivos: que era para efectos de estar al día en los pagos de seguros y para el Ministerio de Trabajo» (COD-PB-2).

«Si me asigno un sueldo en planillas, pero en si la cantidad que gano es más, que además es para el bienestar de mi familia» (COD-PS-1).

«Si me asigno un sueldo que es una recompensa a mi esfuerzo; además es invertido en mi familia» (COD-PS-5).

Otro Aspecto que le da sustento a la autonomía económica que tienen las mujeres empresarias, es su participación activa en la toma de decisiones sobre la distribución de los ingresos generados por el emprendimiento económico que promueven; denotando un carácter racional en la asignación de montos a los gastos de reproducción, bienestar familiar y gastos de redistribución; de las cuales es predominante la proporción de los ingresos generados a la reinversión productiva que casi en la mayoría de los casos alcanza un 80% de los ingresos totales, el porcentaje restante se asigna para gastos de bienestar familiar y redistribución.

«Mis ingresos los distribuyo según mis prioridades que fundamentalmente son dos el 80% es para reinvertirlo en la empresa y el 20% sobrante esta destinado a mi hogar, no me gusta despilfarrar en fiestas o cosas así; que no me dan satisfacciones» (COD-PB-5).

«Los ingresos de la empresa generalmente los reinvierto en la adquisición de maquinarias, insumos para trabajar y sueldos de los trabajadores en un 80% y lo que sobra es para los gastos de la familia, no me gusta gastar el dinero en cosas sin importancia» (COD-PB-6).

«Los ingresos de la Agencia están destinados en un 60% para la misma empresa, un 20% para la familia y el otro 20% en gastos que se presentan ocasionalmente y que a veces no están planificados» (COD-PS-7).

#### c) Mejora de la Autoestima

Considerando que la autoestima es el afecto y valoración que cada persona tiene de sí misma, y a partir de ello la valoración y el respeto hacia los demás (Branden; 1993); en el caso de las mujeres empresarias al promover su emprendimiento económico les ha posibilitado evidenciar sus capacidades y potencialidades no sólo para seguir adelante, valerse por sí mismas, sino también en su propósito de contribuir al bienestar familiar y cumplir una función básica en el entorno social.

En esta perspectiva, la elevación de la autoestima se sustenta en la fe, capacidad de resolver problemas y la asunción de riesgos al emprender sus actividades empresariales en la producción de un bien o la prestación de servicios, a condición, incluso, algunas veces de sacrificar el tiempo que debía dedicar a los miembros de la familia o dejando de cumplir ciertas obligaciones familiares.

«Hubo un momento en mi vida en la que tuve tantos problemas, puedo decirte que confíe en mi misma, tuve fe y me aventure a abrir la agencia de viajes, es maravilloso decidir sobre tu tiempo, ha sido más valeroso salir sola adelante» (COD-PS-6).

«Siento que he progresado, al principio fue difícil, estuve a punto de renunciar varias veces, pero hoy me siento fuerte con amor propio, el hecho de haber logrado tanto es estos 14 años te da una satisfacción, te sientes bien contigo misma y con los demás» (COD-PB-6).

«Mi autoestima ha crecido conforme ha crecido mi negocio, pero las que estamos en este tipo de negocios sabemos que no es nada fácil pues hay que sacrificar muchas cosas como el tiempo que debes darle a tu familia; pero si vale la pena pues tus hijos son los que mayor beneficio tienen» (COD-PB-2).

La asunción y cumplimiento de la función social, se configura en otro factor importante de elevación de la autoestima de las mujeres empresarias al promover su emprendimiento económico, que se expresa en la generación de oportunidades de trabajo para el entorno familiar y social.

«Mi realización como mujer empresaria siempre me ha hecho sentir importante ya que puedo dar trabajo a muchas personas y también porque mis productos son de buena calidad; eso me ha ayudado a superar momentos muy difíciles de mi vida personal, hay momentos que sólo el hecho de servir a los demás me da fuerzas para seguir adelante» (COD-PB-1).

En consecuencia, el espíritu de ahorro de ahorro de las mujeres empresarias, contribuyó para afianzar la reinversión productiva de sus excedentes, ampliar el volumen de producción, diversificar a otros subsectores económicos con potencial competitivo. Paralelamente, contribuyó en el incremento de su autonomía y autoestima.

### DISCUSIÓN

La investigación, en lo fundamental, sostiene que el éxito de las mujeres empresarias en la promoción de sus emprendimientos, se

sustentan en la articulación de diversos factores (económicos, sociales y culturales) endógenos y exógenos.

En este marco, en términos generales, el estudio concuerda con el planteamiento de Diéguez et. Al. (2008), que consideran como factores de éxito elementos tanto financieros o económicos como no financieros ni económicos; y que las percepciones sobre éxito son mejores en el caso de las mujeres siendo significativas las diferencias en función del género.

A nivel de los factores endógenos que explican el éxito de las mujeres empresarias, están relacionados con las motivaciones, valoración del trabajo y la generación del autoempleo, en torno a los cuales guarda concordancia con otros estudios:

En cuanto a sus motivaciones, Hernández (2011) sostiene que los estudios dedicados al tema han puesto énfasis en las razones que argumentan las mujeres para iniciarse en dichas actividades: la necesidad de independencia al desempeñar su trabajo, la frustración ante la desigualdad que enfrentan en su carrera profesional y la falta de un trabajo con flexibilidad de horario que les permita atender sus actividades domésticas; el estudio de Ortiz et. al. (2008), al presentar una revisión de los estudios realizados sobre el tema del emprendimiento femenino denotan que existe un interés por comprender los factores que condicionan, influyen y determinan los emprendimientos femeninos, específicamente en lo relacionado con la creación, desarrollo y mantenimiento de nuevas empresas.

En cuanto a la valoración del trabajo, Muñoz y Rodríguez (1999), enfatizan acerca de la aspiración a ser reconocidas como personas en la sociedad, y sobre su disposición a actuar responsablemente en los diversos contextos en los que desenvuelve su actividad;

En cuanto a la generación de autoempleo y la contribución económica a los ingresos familiares, el estudio concuerda con Berger y Buvinic (1988), que sostienen que las mujeres que ingresan por primera vez al mercado de trabajo o incluso las que ya han estado empleadas, para buscar ocupación a fin de mantener a la familia o contribuir con su ingreso y que frente a las necesidades económicas crecientes y la falta de empleo en las compañías del sector moderno, la mujer se ve forzada a crear su propio empleo; y el estudio de Chacaltana y García (1999), que dan cuenta del incremento del aporte de las mujeres a las economías familiares, efecto que se ha evidenciado más en los hogares pobres impactando en reducción de la pobreza en los países andinos. La participación de las mujeres haciendo empresa en la zona andina como Puno no hace sino confirmar estos planteamientos.

De otro lado, en lo relativo al perfil y el comportamiento de las mujeres empresarias que inciden en el éxito de sus emprendimientos, se denota los vacíos y limitaciones del estudio: Al respecto, sobre el perfil de la mujer empresaria peruana Phan Lung (2000), enfatiza sus características personales, profesionales y empresariales; el estudio de Vildoso (1997), sostiene que las mujeres tienen que vencer ciertas dificultades para hacer realidad el proyecto de formar una empresa; Guerrero et. al. (2014), evidencian un predominio de la conjunción de motivos como la necesidad y oportunidad para emprender un negocio, mayor concentración en los sectores de comercio y servicios. En cuanto

al comportamiento de mujeres empresarias, Fernández y Martínez (2010), al analizar los procesos y formas de participación de las mujeres en dos tipos de empresas turísticas (privadas y comunitarias), sostienen que las mujeres que pertenecen a empresas con una estructura organizativa de tipo comunitario han logrado un mayor nivel de empoderamiento que las mujeres que participan en las empresas con un esquema organizativo privado; Escamilla et. al. (2012), al estudiar los factores de edad, educación y redes sociales para explicar el comportamiento empresarial de mujeres emprendedoras del Estado de México, sostienen que la variable viabilidad indica que las mujeres entrevistadas se perciben sin capacidades y habilidades para llevar a cabo un comportamiento empresarial. Adams y Valdivia (1991), relativas a las reglas de comportamiento de la cultura campesina en la alta valoración del trabajo, un manejo cuidadoso de los escasos recursos económicos, habilidades para planificar en condiciones muy adversas y el cumplimiento de deberes comunales.

En suma, los hallazgos de estos estudios y otros, denotan que los factores de éxito de las mujeres empresarias en la promoción de sus emprendimientos, es multidimensional y multicausal.

## CONCLUSIONES

Los emprendimientos promovidos por mujeres empresarias en Puno, orientadas a la producción de bienes o prestación de servicios, considerando el valor de ventas y el número de trabajadores, se caracterizan como micro y pequeñas empresas; en su mayoría, están asociadas a la Cámara de Comercio y la Producción de Puno en la perspectiva de verse favorecidos con la asistencia técnica, capacitación y obtener aval para el acceso al crédito de la banca financiera.

Los factores económicos que inciden en el éxito de las empresas promovidas por mujeres en Puno, se sustentan en el conocimiento de la demanda y oferta del mercado, dado el crecimiento urbano y el incremento del turismo, el acceso a tecnología mejorada y el acceso al crédito; los cuales, posibilitarán lograr su posicionamiento en el mercado, incrementar su niveles de producción y productividad, alcanzar una cultura de calidad y excelencia, ampliar o diversificar el stock de producción de bienes o prestación de servicios.

Los factores sociales que contribuyeron al éxito de los emprendimientos económicos promovidos por las mujeres en Puno, es el grado de conocimientos que poseen sobre gestión empresarial; cuyo acceso, indistintamente, tuvieron mediante la educación formal (formación académica directa), no formal (mediante el acceso a cursos de capacitación y asistencia técnica) e informal (observación de experiencia de trabajadores o de empresas conexas). Esta situación también sentó las bases fundamentales para la elevación de su estatus social y su contribución potencial al bienestar familiar y social.

El espíritu de ahorro de las mujeres empresarias, como parte de la identidad andina, constituye otro factor que contribuyó al éxito de sus emprendimientos económicos, en la medida que afianzó la reinversión productiva de sus excedentes o ganancias para ampliar el volumen de bienes, diversificar la producción o incursionar en otros subsectores económicos con potencial competitivo.

Paralelamente, estos factores contribuyeron en el incremento de su autonomía económica y autoestima.

#### AGRADECIMIENTO

A la Cámara de Comercio y Producción de Puno por la información institucional. A las empresarias: Olga San Román (Panadería Cafetería Ricos Pan), Janeth Carvajal (Hotel Quelqatani), María del Carmen Muñoz (Agencia de Viajes Kafer), Vilma Enriquez (I.E.P. Prescott), Beatriz Mamani (FEMSA), Marcia Carvajal (Hotel Sillustani), Soraya Carvajal (Agencia de Viajes TURPUNO), Alina Vásquez (Agencia de Viajes ALINA TOURS), Martha Mamani (Distribuidora DASUR), Carmen Martínez (Restaurant ytiendas APU SALKANTAY), Yudy Carrillo (ALPAKA' S), Paula Mamani (Arte y Moda ALPAMA), Demetria Catohuanca (TABLITAS) y Ubaldina Ayerbe (Panadería Cafetería Las Mercedes). Su valioso tiempo y paciencia invaluable permitieron plasmar la investigación.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adams, Norma & Néstor Valdivia (1991). Los otros empresarios. Ética de migrantes y formación de empresas en Lima. Edic. IEP. Lima
- Agencia para el Desarrollo Internacional, Programa de curso de Dirección Administrativa (1988). Factores de éxito y fracaso en la pequeña empresa. Editorial CODE. Buenos Aires
- Branden, Nathaniel (1993). El poder de la autoestima. Editorial Paidós. Argentina.
- Brooks, David (1993). Manual de reparación y mantenimiento de la Autoestima. Edit. Panorama.
- Chacaltama, Juana y García, Norberto (1999). Mujer, empleo y pobreza: La experiencia reciente de los países andinos. Oficina Internacional del Trabajo. Lima-Perú
- Diéguez, María Isabel (2010). Éxito empresarial y género en turismo rural. Encuentros científicos - tourism & management studies N° 6. Universidad de Vigo, España.
- Diez Collado, José (1992). El bienestar social. Concepto y medida. Edit. Popular S.A. Madrid España.
- Escamilla, Zugaide et. al. (2012). Porqué las mujeres potencialmente emprendedoras se convierten en empresarias. XVII Congreso Internacional de Contaduría, administración e informática. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
- Fernández, María José y Martínez Barón, Luz Adriana (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de bahías de Huatulco, México: ¿hacia un cambio en el Rol de género?. Cuadernos de Turismo, núm. 26, 2010, pp. 129-151. Universidad de Murcia. España
- Flores Cano, Yusey (2007). Mujeres empresarias en Puno: opciones y motivaciones. Tesis Sociología UNA. Pun
- Guerrero, Liliana et. al. (2014). Mujeres emprendedoras: Similitudes y diferencias entre las ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila. Universidad Autónoma de Coahuila. México.
- Guzmán, Joaquín et. al. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. Revista de Economía Mundial, núm. 18, pp. 381-392. Sociedad de Economía Mundial. Huelva, España
- Hernández Aguilar, Zoila (1998). Crédito y empoderamiento en microempresas de mujeres. COFIDE. Lima-Perú
- Hernández, Elena (2011). Nuevas tendencias en el mundo empresarial: La participación de las mujeres. La ventana N° 52: 16-51
- Muñoz, Hortencia y Rodríguez, Yolanda (1999). Microempresarios: Entre demandas de reconocimiento y dilemas de responsabilidad. Edic. Instituto de Ética y Desarrollo de la Escuela Superior Antonio Ruiz de Montoya. Lima
- Orozco Zevallos, Olinda (1992). Microempresarias en el contexto de la informalidad: una experiencia de promoción. Diploma de Estudios de Género, Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima
- Ortiz, Carolina, et. al (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, vol. XVI, núm. 1, junio, 2008: 85-104, Universidad Militar Nueva Granada. Colombia
- Phan Lung, Tatiana (2000). Mujer y empresa: una aproximación al perfil de la mujer empresaria peruana de clase media. Diploma de Estudios de Género, Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima
- Vildoso Chirinos, Carmen (1997). Las gerentas. Edit. Edaprospro. Lima-Perú
- Villanueva, Alicia (1995). Mujer y empresa: Es necesario damos un empujoncito. Movimiento Manuela Ramos. Lima.