UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA

Estudio sobre las fuentes de la Resiliencia en un grupo de mujeres migrantes
emprendedoras del Emporio de Gamarra

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Psicología

AUTOR

Yurivilca Delgado, Rosalyn Esther (0000-0002-3930-9641)

ASESOR

Gallardo Echenique, Eliana Esther (0000-0002-8524-8595)

Lima, 05 de abril 2019

DEDICATORIA

A mis padres y hermanas por el constante apoyo

A mi mamá Rocío por acompañarme a cada entrevista y aprender juntas

*A la Dra. Eliana Esther Gallardo Echenique, por asesorarme y permitirme aprender más
sobre el apasionante mundo de la Investigación Cualitativa*

*A Piera Carreras y Víctor Cheng, por la paciencia y la motivación constante para culminar
la presente tesis*

A Susana Saldaña por su interés en mi investigación y por hacer posible las entrevistas

*A las siete mujeres participantes de esta investigación cuyas historias de superación debieran
difundirse*

RESUMEN

La presente investigación se enmarca en la investigación cualitativa que tiene como objetivo conocer las fuentes internas y externas de la resiliencia en un grupo de mujeres migrantes que tienen un negocio propio en el Emporio de Gamarra. Se realizó un estudio de caso con 7 mujeres entre 35 y 60 años las cuales fueron escogidas de manera homogénea y conveniente. Para ello, el instrumento utilizado para la recolección de datos fue la entrevista semiestructurada. Para comprender el propósito de la presente investigación se contextualiza, en base a estadísticas de género, la situación de la mujer en el Perú, así como su creciente participación en Gamarra, particularmente en la micro y pequeña empresa, para proceder a analizar las fuentes externas e internas fundamentales en el proceso de emprendimiento en este grupo de mujeres. Finalmente, las conclusiones a las cuales se llegaron son que las características del entorno impulsan a iniciar el negocio; así mismo, para el desarrollo del emprendimiento se evidenciaron habilidades para resolver problemas, tomar iniciativa, identificar oportunidades, ser persistentes, entre otros. Además, las fortalezas internas propias de la personalidad como ser responsables, comunicativas y respetuosas les ha permitido mantener el negocio hasta el día de hoy. Finalmente, todo ello, conlleva a un cambio positivo en la vida de las mujeres, sobre todo, a nivel familiar y personal.

Palabras clave: Resiliencia; emprendimiento; fuentes externas; fuentes internas.

An investigation into the sources of resilience on a group of migrant entrepreneurial women
from Gamarra

ABSTRACT

This research is a qualitative study that aims to know the internal and external sources of resilience in a group of entrepreneurial migrant women in “Emporio de Gamarra”. A case study was conducted with 7 women between 35 and 60 years of age who were chosen in a homogeneous and convenient manner. For this, semi-structured interview was used for the data collection. To understand this research’s purpose it is contextualize, based in gender statistics, women’s situation in Peru and their growing participation in middle and small businesses to proceed with the analysis of internal and external sources of resilience, which are fundamental in the entrepreneurship process of this group of women. Finally, it can be concluded that the sources of external support impulse them to initiate their entrepreneurship, likewise for the business development it was showed problem solving skills, initiative, opportunities’ identification, perseverance, among others. Also, the internal strengths related to personality, such as being responsible, communicative and respectful, allowed them to maintain the business up to date. Finally, all of this, entails a positive change in women’s life, especially, in the personal and familiar level.

Keywords: Resilience; entrepreneurship; external support; internal sources

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MARCO REFERENCIAL	3
2.1 La Mujer en el Perú: brechas por género	3
2.1.1 Educación	3
2.1.2 Femicidio y violencia	4
2.1.3 Feminización de la pobreza	4
2.1.4 Marginalidad y exclusión social.....	4
2.1.5 Economía y empleo	4
2.1.6 Política	5
2.2 Resiliencia	5
2.3 Emprendimiento femenino y fuentes de la resiliencia	8
3. METODOLOGÍA	10
3.1 Diseño de la investigación.....	10
3.2 Contexto	11
3.3 Participantes y Técnicas de Selección.....	11
3.4 Instrumentos y técnicas de recolección de información.....	13
3.5 Procedimiento de recolección de la información	20
3.6 Criterios de rigor y validez.....	22
3.7 Aspectos éticos	23
4. RESULTADOS	24
4.1 El Emporio de Gamarra.....	25
4.2 Las participantes	28
Participante 1: Gladis	28
Participante 2: Justina.....	30
Participante 3: Wendy	32
Participante 4: Carmen.....	33
Participante 5: Kelly	35

Participante 6: Elsa	37
Participante 7: Rocio	39
4.3 Fuentes de la resiliencia	40
5. DISCUSIÓN.....	59
6. CONCLUSIONES.....	68
REFERENCIAS	70
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características Sociodemográficas	12
Tabla 2: Características de la empresa	12
Tabla 3: Categorías y subcategorías de las fuentes de la resiliencia	14
Tabla 4: Criterios de validación de la guía de entrevista	15
Tabla 5: Consolidado de la validación de jueces	16
Tabla 6: Guía de entrevista antes y después de la validación de jueces	17
Tabla 7: Fases del análisis temático	21
Tabla 8: Criterios de rigor	22
Tabla 9: Resumen de los criterios de validación.....	23

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Proceso de emprendimiento del grupo de mujeres migrantes y relación de las categorías.....	41
--	----

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, se ha revalorizado el rol de la mujer en los diversos ámbitos de la sociedad: política, económica, social, etc. Si bien, la Organización de las Naciones Unidas, a través de las conferencias mundiales sobre la mujer y la iniciativa de las metas de desarrollo del Milenio sostienen avances en materia de igualdad entre géneros; estas mejoras han sido mínimas desde la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing en 1995 (ONU, Organización de las Naciones Unidas, 2017). Aún existen grandes brechas que deben superarse para lograr equidad entre mujeres y hombres.

La desigualdad de género persiste hasta el día hoy encontrando cifras poco alentadoras en lo que respecta a las oportunidades de empleo, al trato, acceso a la educación, violencia doméstica y salud repercutiendo más en las mujeres (Organización Internacional del Trabajo, 2009). Montaña y Milosavljevic (2010) señalan que existen tres ámbitos en los que las mujeres se siguen encontrando en desventaja: el trabajo remunerado, la toma de decisiones y el control de su cuerpo a través de la salud y la sexualidad (Fuentes & Noriega, 2013). Cabe considerar otras desventajas como es el poco acceso al financiamiento, la poca redistribución de tareas domésticas, el bajo salario, la falta de experiencia laboral y la falta de habilidades en gestión empresarial (Avolio, 2008). Todas ellas continúan siendo un obstáculo para el desarrollo y realización plena de las mujeres. cr

Al analizar las diversas dificultades por las que atraviesan las mujeres que, desde una perspectiva de género, son distintas de las que enfrentan los hombres (ONU, 2017); podría sospecharse que la cifra de mujeres empresarias sería menor en relación a los hombres; sin embargo, datos obtenidos en el último reporte mundial de emprendimiento (GEM, 2017) se encontró que cuatro países: China, Tailandia, Perú e Indonesia; registraron cifras de emprendimiento más altas y, específicamente en nuestro país, la actividad emprendedora entre las mujeres aumentó en un 10% (Sánchez, 2010). Por su parte, Farr-Wharton y Brunetto (2007) señalan que un tercio de todos los negocios en el mundo pertenecen a mujeres, y que esta cifra va en aumento.

En ese sentido, en los últimos años, el interés y los estudios por investigar los diversos motivos y circunstancias que lleva a las mujeres a emprender y que les permite configurar sus propias vidas y entorno, van en aumento. Así y partiendo de lo previamente mencionado, es también importante conocer de qué manera las mujeres que tienen un negocio propio han superado

obstáculos y dificultades en un país que de 144 economías del mundo; ocupa el puesto 82 en educación, 98 en oportunidades económicas, 49 en salud, 33 en políticas respecto a los resultados del índice Global de la Brecha de Género en América Latina y que según el informe tardarían en cerrar 79 años (WEF, Foro Económico Mundial, 2017). Para ello, las fuentes internas y externas desarrolladas dentro del enfoque de resiliencia nos permiten conocer a través de un estudio de caso cómo ha resultado para las mujeres emprendedoras este desarrollo positivo en un emprendimiento. Por consiguiente, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo son las fuentes internas y externas de la resiliencia en un grupo de Mujeres Emprendedoras del Emporio de Gamarra? Siendo el objetivo de la presente investigación responder a la pregunta señalada. El interés por estudiar a la mujer emprendedora se debe, justamente, a su importante participación en el sector de la micro y pequeña empresa, el cual, muchas veces, obedece a ciertas dificultades como la de encontrar un empleo justo y satisfactorio (Avolio, 2008). Lamas (2000), menciona que es importante atender cómo determinados factores protectores operan en las respuestas de las personas frente a situaciones difíciles y adversas. Por lo cual, es necesario tener en cuenta cuál es el significado que la persona otorga a la adversidad, y cómo la familia, el entorno, las herramientas personales y la cultura colocan alrededor de la persona recursos que le permitirán retomar un tipo de desarrollo (De León, 2013).

El presente estudio se enmarca en el paradigma cualitativo, ya que tiene como objetivo describir la realidad del participante desde su perspectiva (Salgado, 2007). De esta manera, el marco referencial permite conocer la situación actual de la mujer en el Perú y las aún existentes brechas de género; y con ello analizar las fuentes de la resiliencia que han permitido a este grupo de mujeres migrantes tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra.

Finalmente, tomando en cuenta las historias de las informantes, el aporte académico radica en comprender cuáles son las fuentes internas y externas en un grupo de mujeres emprendedoras desde el enfoque de la resiliencia que permita aportar a los modelos sobre las fuentes protectores de Grotberg (1995) y Kotliarenko (1996). Así mismo, a nivel de aporte social, son pocos los estudios de caso que buscan comprender el emprendimiento femenino en el Emporio de Gamarra como fenómeno social. En ese sentido, la limitación del estudio es que los resultados no se pueden generalizar a otras poblaciones, por lo que sería importante que una etapa posterior al estudio pueda ser buscar resultados a través de métodos estadísticos.

La presente investigación se encuentra compuesta por cuatro capítulos. En el primer capítulo se presenta el marco teórico donde se realiza un análisis de datos respecto a la situación actual

de la mujer en el Perú. En el segundo, se muestra la metodología que respalda la investigación. En el tercer y cuarto capítulo se analizan los resultados de las entrevistas y se discuten los hallazgos en base a las fuentes de la resiliencia. Finalmente, se presentan las conclusiones y los anexos como evidencia del trabajo realizado.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 La Mujer en el Perú: brechas por género

En la actualidad, hay más de 115 millones de mujeres latinoamericanas insertas en el mercado laboral lo que ha coincidido con una radical transformación en la organización del trabajo y producción (OIT, 2016). En el Perú, la tasa de participación femenina en la actividad económica ha ido también en incremento en los últimos diez años; así en la actualidad trabajan 6 millones 947 mil mujeres, mientras en el año 2005 eran 5 millones 637 mil (INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2016).

Si bien la situación laboral de la mujer en el Perú ha evolucionado considerablemente en los últimos años; las probabilidades de desempleo, acceso a la educación, violencia, etc., siguen evidenciando una mayor repercusión en el género y sexo femenino. El sistema sexo/género propuesto por Rubin (1975) es un conjunto de prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores sociales que se elaboran a partir de la diferencia sexual anátomo-fisiológica, de esta manera, refiere al sexo como los rasgos anatómicos, fisiológicos y biológicos de ser macho o hembra; y al género como un conjunto de prácticas, discursos, valores a partir de la diferencia sexual dentro de la sociedad (Hernández, 2006). En ese sentido, para comprender el propósito de la presente investigación, es indispensable examinar los ámbitos de desigualdad y vulnerabilidad que hoy por hoy sigue repercutiendo más en las mujeres que en sus pares hombres.

2.1.1 Educación

La educación es un derecho de todos; sin embargo, en nuestro país el acceso a la educación no es equitativo, esto es de gran preocupación puesto que este tema suele articular el de pobreza (Ames, 2005). Según los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG, 2014), el 6,3 por ciento de la población de 15 años a más no sabe leer ni escribir. Esta situación afecta a casi 9.6% de mujeres a nivel nacional y sobre todo aquellas que provienen de las zonas rurales. Si bien la tasa de analfabetismo ha decrecido en los últimos años, en el Censo del 2007 aún se

observa que existe un mayor porcentaje de mujeres sin nivel educativo, lo que la coloca en desventaja frente a los hombres en el mercado laboral (Manuela Ramos, 2011).

Lo mismo ocurre cuando se aprecia el porcentaje de mujeres económicamente activas donde tan solo el 37,6% de las mujeres han logrado estudiar hasta secundaria, mientras que los hombres que logran este nivel educativo alcanza el 48.7% (INEI, 2016a)

2.1.2 Feminicidio y violencia

La violencia hacia la mujer que se vive en el Perú no solo impide el logro de los objetivos de igualdad y paz, sino la realización de la mujer para llevar una vida autónoma (Montenegro, 2013). De acuerdo al Observatorio de Criminalidad del Ministerio Público, entre el 2009 y el 2015, se han registrado 823 víctimas de feminicidio. De este total, el 97% fueron perpetrados por la pareja, ex pareja o familiar y el 3% por un desconocido (INEI, 2016a).

2.1.3 Feminización de la pobreza

Los resultados del informe “Perú: “Brechas de Género, 2016: Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres”, revela que cada año aumenta el número de mujeres en situación de pobreza que inician la maternidad a temprana edad. En el año 2015, el 24.9% de jóvenes del quintil más pobre ya son madres o se encuentran embarazadas dificultando sus posibilidades en educación al generar deserción escolar y reduciendo sus posibilidades de inserción laboral (INEI, 2016a).

2.1.4 Marginalidad y exclusión social

Muchas mujeres de zonas rurales deciden migrar a la capital en busca de mayores oportunidades de progreso dejando, muchas veces, la escuela y a la familia (Fuentes & Noriega, 2011). Además de las barreras geográficas, culturales y lingüísticas, no existe una infraestructura social y productiva favorable para ellas. Muchas carecen de espacios públicos seguros para reunirse y de redes de apoyo. Son, muchas veces, estas mujeres quienes presentan mayores proporciones de hijos no deseados, exponiéndose a riesgos de salud, así como a la falta de cuidados y abandono (OPS, Organización Panamericana de la Salud, 2010).

2.1.5 Economía y empleo

Si bien las mujeres peruanas contribuyen a la economía y a la productividad, siguen enfrentando muchos obstáculos que indican que pueden estar accediendo a más empleo, pero no de la mejor calidad. Entre las principales diferencias encontradas entre hombres y mujeres en la situación laboral son las relacionadas a la tasa de desempleo y salario promedio (Avolio, 2008). Al año

2015, el 32,3% de las mujeres de 14 y más años de edad no tienen ingresos propios, siendo esta proporción casi 2,6 veces más que los hombres (12,5%); así mismo, el salario promedio es 28,6% menor que sus pares masculinos (INEI, 2016). Tami (2005) señala que alrededor del 60% de mujeres peruanas tiene problemas de bajos salarios y de mayor inestabilidad en el empleo. Frente a estas dificultades, el autoempleo surge como una estrategia de supervivencia utilizada especialmente por los sectores populares (Flores, 2002).

2.1.6 Política

Las oportunidades de desarrollo de la mujer se han visto limitadas a tareas culturalmente establecidas como el cuidado de la familia y el hogar, por ello la participación de la mujer en el ámbito gubernamental sigue siendo bastante reducida. Entre el 2015 y 2018, el promedio nacional mostró una disminución del 3,8% al 2,8% de mujeres que ocupan el cargo de alcaldesas (INEI, 2016a).

2.2 Resiliencia

Desde la década del ochenta en adelante, existe un creciente interés por estudiar aquellas personas que a pesar de vivir experiencias negativas o condiciones adversas se desarrollan psicológicamente sanos colocando en tela de juicio la idea de que el estrés, la situación de pobreza y el riesgo condenan a las personas a contraer psicopatologías (Dubreuil, 2011).

No existe una definición universal de resiliencia (Moscoso, 2013). Básicamente, es la forma en cómo afrontamos las adversidades usando un conjunto de herramientas internas o externas que posibilitan tener una vida sana (González, 2015). En relación a su fundación teórica, son tres los autores centrales que han trabajado en la definición de este concepto: Grotberg (1995), Rutter (1993) y Silva (1997), quienes concuerdan que se trata de la capacidad de todo ser humano para hacer frente o resistir ante las adversidades de la vida, desarrollando paulatinamente respuestas orientadas hacia la construcción de un ajuste psicosocial positivo al entorno (Grotberg, 1995). Cabe destacar que la resiliencia debe ser considerada como un proceso (Infante, 2001), es decir resultado de una dinámica social (Panez, 2000) y no como un rasgo atributo de la personalidad (Cyrulnik, 2003); varía de un individuo a otro y puede crecer o declinar con el tiempo (Panez, 2002).

Desde los primeros estudios en resiliencia aparecen dos modelos fundamentales para abordar el estudio de este concepto: modelos centrados en las variables y modelos centrados en la persona (Carretero, 2010). Por su parte, Rutter (1990) señala que el interés por estudiar el concepto de resiliencia deviene al menos de tres áreas de investigación. La primera apunta a los datos empíricos respecto de las diferencias individuales que se observan al estudiar poblaciones en riesgo. La segunda en mención a los estudios sobre temperamento. Y en tercer lugar se menciona la de Meyer (1957; citado en Salgado, 2005), quien refiere que a nivel de las personas es posible observar distintas formas en que éstas enfrentan las situaciones de la vida, así como las experiencias claves o los momentos de transición (Kotliarenko, Cáceres & Fontecilla, 1997).

Uno de los pocos estudios de resiliencia realizado en adultos es el presentado por Higgins (1994) quien hace una caracterización de los adultos resilientes señalando la capacidad para establecer relaciones positivas, resolver problemas y la motivación para superarse (Salgado, 2005). Higgins señala, sin embargo, que muchos adultos que se consideran resilientes informaron que cuando eran niños las características de su resiliencia no siempre resultaban evidentes para ellos mismos ni para los demás.

Sobre la base de estos estudios, tanto en adultos como en niños, asignados por ambientes estresantes, es que se propone una explicación para el fenómeno de la resiliencia. Wolin y Wolin (1993) postulan la noción de siete resiliencias internas típicas tanto de los niños como de los adultos: Introspección, Independencia, Capacidad de Interacción, Capacidad de iniciativa, Creatividad, Ideología personal, y Sentido del Humor (Peña, 2009).

2.2.1 Fuentes que promueven la Resiliencia

Las fuentes protectoras (Peña, 2009) se refieren a las características individuales y del ambiente, capaces de minimizar, en el individuo o en el grupo, los efectos de los desórdenes emocionales en situaciones de riesgo (Bernard Van Leer Foundation, 2002). Son las condiciones o los entornos capaces de favorecer el desarrollo de individuos o grupos y, en muchos casos, de reducir los efectos de circunstancias desfavorables (Kotliarenko, Cáceres, & Fontecilla, 1997). De esta manera, Rutter (1990) señala que es importante identificar los factores de protección en tanto que juegan roles claves en las respuestas de las personas a las situaciones de riesgo (Morales, 2016). Afirma que estos conceptos tendrían un valor limitado como medio de encontrar nuevas aproximaciones a las estrategias de prevención (Kotliarenko, Cáceres, & Fontecilla, 1997).

Unos de los estudios más relevantes es el realizado por Werner y Smith (1982) quienes realizaron un prolongado estudio de epidemiología social en la isla de Kauai (Hawai) demostrando que si bien un contexto de pobreza, violencia o carencia en los principales servicios como salud o educación, pueden conllevar a consecuencias serias; no son condicionantes de no lograr un desarrollo positivo tanto a nivel físico, mental como social (Salgado, 2005). De esta manera, la naturaleza de la resiliencia es compleja y multidimensional e implica factores individuales, familiares y del ambiente socio-cultural (Borda, 2001).

Kotliarenco y Dueñas (1992), clasifican los factores protectores en tres grandes grupos: Factores Personales, Factores Psicosociales de la familia y Factores Socioculturales. Por su parte, Dubreuil (2011) divide los factores protectores en dos grandes grupos: externos (características de la familia y del ambiente social) e internos (características y rasgos propios de las personas como desarrollados en el transcurso de la vida). Ambos grupos de factores protectores estarían en una constante dinámica, es decir, los factores ambientales influirían en los individuales y lo mismo sucedería a la inversa. La combinación de estos factores en la persona promueve un desarrollo mental relativamente sano y positivo (Carolin, 2014).

Si bien los factores protectores han sido llamados y clasificados de diversas maneras, una de las clasificaciones que mejor resume las variables, personales y ambientales es la propuesta de Grotberg (1996). Para esta autora, la resiliencia no es una simple respuesta a la adversidad sino un proceso donde hay factores, comportamientos y resultados resilientes (Peña, 2009). Grotberg identifica tres fuentes que son los que fomentan la Resiliencia; sin embargo, para la presente investigación se utiliza el planteamiento de Kotliarenco, Cáceres y Álvarez (1996) que siguiendo la propuesta de Edith Grotberg, propone estas mismas fuentes de una manera más exhaustiva y que resulta en una clasificación de cuatro aspectos: Yo tengo (factores de soporte externo); Yo soy/Yo estoy (fortalezas internas personales); Yo puedo (habilidades interpersonales y de resolución de conflictos).

Una persona resiliente no tiene necesariamente todas estas características, pero tener una sola no basta para que se lo considere resiliente (Peña, 2009). Es necesario que exista más de una para lograr esta cualidad (Fuentes, 2013). La persona puede estar rodeado de afecto (*Tengo*), pero si no tiene fuerza interior (*Soy/Estoy*) o buena disposición para las relaciones sociales o humanas (*Puedo*), no es resiliente (Kotliarenco, Cáceres & Álvarez, 1996).

2.3 Emprendimiento femenino y fuentes de la resiliencia

Existen diferentes rutas que pueden seguir las mujeres para emprender, pero todas están llenas de curvas y giros inesperados. Para Avolio (2008), las empresarias peruanas se enfrentan a una serie de retos como (a) la dificultad de conciliar las responsabilidades familiares y empresariales (b) financiamiento (c) falta de habilidades y experiencia en gestión empresarial y (d) falta de experiencia laboral. Así mismo, para Eagly & Carli (2007), los obstáculos son los siguientes: (a) prejuicios contra la mujer, (b) estilos de liderazgo y autenticidad dominados por los hombres, y (c) responsabilidades familiares y roles diferenciados que ponen a las mujeres en desventaja frente a los hombres.

Al examinar las diversas dificultades por las que atraviesan las mujeres que desde una perspectiva de género, son distintas de las que enfrentan los hombres podría pensarse que la cifra de mujeres empresarias sería menor en relación a los hombres; sin embargo, datos obtenidos en el reporte mundial de emprendimiento (GEM, 2017) se encontró que cuatro países: China, Tailandia, Perú y Indonesia; registraron cifras de emprendimiento más altas (Sánchez, 2010) y, específicamente en nuestro país, la actividad emprendedora entre las mujeres aumentó en un 10% en comparación a los hombres.

El término Emprendimiento es definido como el estado de ser un empresario o las actividades asociadas con ser un empresario (Harper, 2003). El emprendedor es una persona dispuesta a asumir un riesgo económico, es decir, es la persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos para ponerlos en marcha (Cámara de Comercio de Lima, 2013).

En el año 2003, el Gobierno Peruano promulga la Ley de la Micro y Pequeña Empresa (Ley N° 28015, MTPE, 2003) con el objeto de promover la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y junto a esta ley se dan mayores facilidades para su formalización. Así, en el Perú, de las empresas formales el 99% son microempresas y pequeñas empresas (MYPE, Ministerio de Producción, 2011) y dan empleo a más de un millón de personas, de las cuáles 37,4% son mujeres (INEI, 2012a). Las MYPEs son trascendentales para la economía del país, ya que contiene cerca del 90% del total de la PEA en el Perú (Seminario & Torres, 2018); la microempresa debe tener entre 1 hasta 10 trabajadores mientras que la pequeña empresa puede contar entre 1 hasta 50 trabajadores (Ley N° 28015, MTPE, 2003).

Precisamente, el Emporio de Gamarra ubicado en el distrito de la Victoria es un ejemplo de desarrollo de la microempresa peruana concentrando a una gran cantidad de emprendedores

(Alderete, 2014). Según el INEI (2017), el 99,7% de los establecimientos se encuentran considerados como micro y pequeñas empresas. Así mismo, también dio a conocer que el 52,6% de personas con negocio, fueron conducidas por mujeres entre ellas del área rural, que llegan a la ciudad motivadas no sólo por dinero, sino por ganar autonomía, libertad y una mejor posición en la sociedad. De estas unidades empresariales, en la microempresa el comportamiento es similar 52,7% de negocios son conducidos por mujeres y 47,3% por hombres. En la pequeña empresa el 58,4% de conductores son hombres en cambio el 41,6% son mujeres. En la mediana y gran empresa la distribución es idéntica para los hombres y mujeres (INEI, 2017).

El emprendimiento femenino ha sido uno de los campos de investigación de mayor expansión en las últimas décadas (Abad, 2016), pues responde a la necesidad de propiciar cambios dentro de las asimetrías de poder entre géneros (OPS, 2010). En esta ola de emprendimiento, diversos estudios se han dedicado a identificar aquellos factores que lleva a las mujeres a emprender. Orhan y Scott (2001) explican que existen factores llamados *push*, los cuales parten de la necesidad de los individuos, como por ejemplo un bajo salario, necesidad de horas más flexibles; y los factores *pull* que se relacionan a la independencia, el desarrollo personal, estatus social, es decir, surgen de la personalidad innata de cada empresaria. Avolio (2008) señala que, para las mujeres en el Perú, los factores para iniciar una empresa están principalmente relacionados con los factores *pull*, siendo los más relevantes la motivación de logro y autonomía. También advierte que uno de los factores que influyen en la decisión de convertirse en empresaria proviene de su red social; ya que son las personas cercanas, familiares, parejas quienes las motivan, alientan, apoyan todo el tiempo.

Por consiguiente, investigar las fuentes protectoras en torno al concepto de resiliencia en mujeres emprendedoras es relevante para conocer sus motivaciones internas y externas que, frente a los diversos obstáculos sociales, educacionales, económicos, género, etc.; les ha permitido configurar sus propias vidas, tener un negocio propio y sobrellevarlo con éxito.

A nivel teórico, el estudio se justifica porque busca entender un fenómeno social poco investigado aplicando la teoría de las fuentes de resiliencia de Grotberg y Kotliarenko, lo que permitió ampliar las fuentes externas e internas en el entorno de mujeres emprendedoras de Gamarra. En ese sentido, abre nuevas posibilidades de realizar estudios en mujeres empresarias desde el enfoque de resiliencia que pueda hacer una mirada retrospectiva y reflexiva sobre el emprendimiento femenino, e identificar aquellos puntos críticos y fuentes de superación. Por

último, las investigaciones sobre las fuentes de la resiliencia realizadas hasta hoy se han centrado mayormente en niños o adolescentes, el conocimiento sobre cómo se sobreponen los adultos expuestos a carencias, tensiones personales (por género) o laborales aún es incipiente (Henderson & Milstein, 2003).

A nivel de la práctica, la investigación permitió explorar y entender con profundidad las fuentes externas e internas que permite a las mujeres migrantes empresarias de Gamarra iniciar y sobrellevar un negocio propio; a través de sus testimonios se comprende como iniciaron, como su entorno facilita dicho desarrollo y como sus fortalezas les permite superar obstáculos propios del negocio.

3. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

El presente estudio se encuentra enmarcado en los lineamientos del paradigma interpretativo. En ese sentido, el investigador se concentra en indagar la experiencia, la subjetividad y los significados que le otorga un sujeto a un fenómeno en particular (Creswell, 2013). Esta investigación cualitativa pretende conocer la experiencia de un grupo de mujeres que han desarrollado un negocio propio en el Emporio de Gamarra. Así, Jiménez-Domínguez (2000) afirman que los métodos cualitativos son una pieza clave y punto de partida para captar reflexivamente los significados sociales. Por su parte, Sandín (2003), refiere que la investigación cualitativa es una actividad sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también el descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos. Dichos autores nos confirman que la investigación cualitativa nos permite desarrollar conocimientos a partir de estudiar o interpretar un fenómeno tal y como sucede en su contexto natural, y de acuerdo a los significados que tiene para los participantes implicados.

Con la finalidad de comprender cómo son las fuentes internas y externas de la resiliencia en mujeres que, frente a un contexto complejo de asimetrías y desigualdades, han logrado un emprendimiento; se considera pertinente utilizar el diseño de Estudio de casos en cuánto nos permite responder al “cómo” han logrado este desarrollo un grupo de mujeres migrantes con negocio propio en el Emporio de Gamarra. El estudio de casos pretende comprender un caso

particular, sin interés por comprender otros casos o un problema general (Stake, 2010). Así mismo, permite explorar un fenómeno singular delimitado por tiempo y actividad (Cepeda, 2006) para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes (Stake, 2006). En ese sentido, el caso no permite generalizar sus conclusiones a toda la población. Como sujetos de análisis puede tenerse a un fenómeno, una persona, un evento o caso muy concreto, donde el análisis deberá realizarse dentro del medio ambiente en que se desenvuelve el objeto de estudio (Muñoz, 2011). Para el presente estudio, se utiliza el estudio de caso único el cual se utiliza para abordar una situación o problema poco conocido que resulta relevante para probar una determinada teoría (Neiman & Quaranta, 2006).

3.2 Contexto

El lugar donde se realiza la investigación es el Emporio de Gamarra ubicado en el distrito de la Victoria, es justamente en este escenario que durante las décadas de los 70s y 80s, época de migración interna, se generaron muchas oportunidades de empleo y presencia femenina (Barrenechea, 2011). De esta manera, las informantes son mujeres empresarias que de acuerdo a Avolio (2008) es aquella mujer propietaria de una empresa (independientemente de la forma como obtuvo la propiedad), está activamente involucrada en su funcionamiento y genera empleo para sí misma y para otras personas.

3.3 Participantes y Técnicas de Selección

Los informantes fueron siete mujeres que tienen un negocio propio en el Emporio de Gamarra siendo la selección de manera homogénea y conveniente; homogénea porque se escogió a un subgrupo particular y conveniente porque se tiene la posibilidad de acceder a este grupo de mujeres (Creswell, 2013). En ese sentido, para la elección del grupo de mujeres empresarias fue necesario contar con una informante clave, Susana Saldaña, Coordinadora de los empresarios de Gamarra quien proporcionó una comprensión profunda del emprendimiento femenino en dicho contexto, así como los contactos para coordinar las entrevistas con las mujeres. Los requisitos fueron: (a) Dueñas del negocio (b) Mujeres migrantes.

En relación a los datos sociodemográficos de los informantes, la Tabla 1 contempla los criterios de inclusión considerados para la selección siendo los lugares de origen Huánuco, Apurímac, Arequipa, Cusco, Chiclayo y Puno. Las edades oscilan entre 35 a 60 años siendo la mayoría de ellas convivientes. Así mismo, con respecto al grado de instrucción, estos varían entre Secundaria completa e incompleta.

Tabla 1
Características Sociodemográficas

Etiqueta	Edad	Estado civil	Nivel Educativo	Número de hijos	Ciudad de Origen
Participante 1	52	Casada	Secundaria Completa	3	Huánuco
Participante 2	60	Viuda	Secundaria Incompleta	1	Apurímac
Participante 3	45	Casada	Secundaria Completa	2	Chiclayo
Participante 4	48	Casada	Secundaria Completa	1	Puno
Participante 5	37	Casada	Superior Técnica	3	Arequipa
Participante 6	54	Viuda	Secundaria Completa	2	Cusco
Participante 7	35	Separada	Secundaria Incompleta	1	Puno

Así mismo, otros datos relevantes es que en la actualidad el negocio se encuentra en funcionamiento; algunas son dueñas de Galería que pertenecen al rubro de ventas y servicios entre los que destacan la confección y venta de prendas de vestir. En la tabla 2, se muestra las características de las empresas de las mujeres que participaron en la investigación.

Tabla 2
Características de la empresa

Seudónimo	Rubro	N° trabajadores	Clasificación
Participante 1	Confección y venta	6	Micro
Participante 2	Dueña de Galería (venta de ropa)	60	Mediana
Participante 3	Textil y Confección	6	Micro
Participante 4	Venta de ropa de niño	8	Micro
Participante 5	Dueña de Taller (Confección e industria)	50	Pequeña
Participante 6	Dueña de Galería (venta de ropa)	50	Pequeña
Participante 7	Venta de telas	3	Micro

Con la cantidad mencionada de mujeres se llegó al punto de saturación, es decir, que el análisis dejó de producir categorías nuevas, incluyendo las categorías básicas estudiadas. El criterio de saturación significa que la muestra ha brindado información suficiente sobre una categoría, es decir que no se encuentran datos adicionales, por ende, este criterio permite saber cuándo dejar de muestrear (Flick, 2007).

3.4 Instrumentos y técnicas de recolección de información

Es útil considerar que el instrumento y las técnicas de recolección de información se encuentran asociados al paradigma del presente estudio. En investigación cualitativa, el investigador es el medio de obtención de la información donde la recolección de los datos se realiza en el ambiente natural del participante empleando diferentes estrategias de investigación y métodos de recopilación y análisis de datos (Sanz, 2011). Las principales técnicas de recolección de datos utilizadas en este estudio fueron la revisión de la literatura y las entrevistas realizadas a las mujeres empresarias en contacto con la informante clave.

En la revisión de la literatura, se explora las brechas de género que evidencia las desigualdades aún existentes entre mujeres y hombres, afectando en particular al género femenino. Dicho análisis, proporcionó el punto de partida teórico para indagar en el marco de la resiliencia, sus definiciones, modelos y fuentes de protección; surgiendo así la pregunta de investigación.

El instrumento utilizado para la recolección de datos es consistente con el paradigma interpretativo: las entrevistas semi estructuradas fueron la principal fuente de datos para el estudio. La entrevista cualitativa es una forma específica de conversación donde los investigadores hacen preguntas y escuchan, y los informantes responden (Kvale, 1996; Warren, 2001). La entrevista es una técnica cuyo objetivo es obtener información de forma oral y personalizada, sobre acontecimientos y aspectos subjetivos de la persona como creencias, valores, actitudes, opiniones, etc. (Grindsted, 2005). Para Denzin y Lincoln (2003) la entrevista es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas. En ese sentido, se busca comprender más que explicar y permite el contacto personal con el entrevistado. Se eligió este método de recolección ya que se buscó obtener información sobre cómo las mujeres migrantes utilizan recursos externos e internos de la resiliencia, frente a la adversidad, logrando un negocio propio.

Los principales tipos de entrevistas son: no estructurados, semiestructurados y estructurados. Hay varias formas de diseño de entrevistas para obtener data valiosa (a) entrevista informal, (b) enfoque de guía de entrevista, y (c) entrevista abierta estandarizada (Gallardo, 2014). Para

efectos de la investigación, la entrevista semiestructurada con preguntas abiertas se seleccionó como el medio de recopilación de datos. En primer lugar, es un instrumento ampliamente utilizado para la investigación cualitativa y puede realizarse tanto en forma individual como grupal (Grindsted, 2005; Dicicco-Bloom & Crabtree, 2006). En segundo lugar, permite tener una guía de los elementos que se desea explorar y dar flexibilidad de realizar preguntas para pedir aclaraciones en los aspectos que se consideren pertinentes (Creswell, 2013). En tercer lugar, es adecuado para la exploración de las percepciones, opiniones, experiencias y puntos de vida de las encuestadas (Barriball & While, 1994; Turner, 2010). En cuarto lugar, el objetivo es obtener una idea de cómo las personas atribuyen significado a sus mundos en la interacción social con respecto a la interpretación de su significado (Grindsted, 2005; Kvale, 1996). En quinto lugar, permite que las preguntas se planteen de diferente forma o en diferente orden si el participante las adelantara en su respuesta o no las entendiera (Yin, 2013).

Se realizó el procedimiento de construcción del instrumento en diferentes etapas. Una vez que se decidió la teoría de la cual se partiría y las categorías a utilizar (ver tabla 3), se desarrollaron preguntas para cada una de las tres categorías.

Tabla 3
Categorías y subcategorías de las fuentes de la resiliencia

Objetivo específico	Categorías	Subcategorías
Conocer las fuentes de soporte externo	Fuentes externas (Yo tengo)	Relaciones confiables Acceso a la salud, educación, servicios sociales, entre otros Un hogar estructurado y con reglas Soporte emocional fuera de la familia Modelos a seguir Organizaciones religiosas morales a mi disposición. Personas que me van ayudar ante cualquier circunstancia
Explorar las habilidades sociales y de resolución de problemas	Fuentes internas (Yo puedo)	Se creativo. Ser persistente. Tener buen humor. Comunicarme adecuadamente. Resolver problemas de manera efectiva.

		Controlar mis impulsos. Buscar relaciones confiables. Hablar cuando sea apropiado Encontrar a alguien que me ayude.
Conocer las fortalezas internas personales	Fuentes internas (Yo soy/Yo estoy)	Alguien a quien los otros aprecian y quieren Alguien al que le gusta ayudar y demostrar afecto. Respetuoso Autónomo Adecuado temperamento. Orientado al logro. Adecuada autoestima. Esperanza y fe en el futuro. Creyente en Dios o en principios morales. Empatía Altruismo Dispuesto a responsabilizarme de mis actos Seguro de que todo va a salir bien

Nota: Adaptado de M.A. Kotliarenko, 1997, Estado del arte en resiliencia

La segunda etapa de la construcción de la guía de la entrevista fue la opinión sobre el contenido. Fueron seis los jueces que revisaron el instrumento y los criterios en los que se basaron fueron tomados de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008). Estos se explican en la siguiente tabla; también pueden verse en el Anexo 1.

Tabla 4
Criterios de validación de la guía de entrevista

Criterios	Definición
Suficiencia	Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.
Claridad	El ítem se comprende fácilmente; es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.
Relevancia	El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido

Nota: Adaptado de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2011, Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización.

Se definió el perfil de los jueces expertos de manera que fuesen profesionales con grado de Maestría y/o fuesen investigadores en metodología cualitativa y cuya lengua materna sea el castellano. A continuación, se muestra la tabla del consolidado de la validación realizada por los seis jueces expertos, según lo estipulado por Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008). De acuerdo a las recomendaciones del jurado, varias preguntas fueron mejoradas o cambiadas. El detalle de la validación se encuentra en el Anexo 2. A continuación, en la tabla 5 se ve el consolidado de la validación de jueces y en la tabla 6 la versión presentada a los jueces y la versión final luego de su revisión.

Tabla 5
Consolidado de la validación de jueces

Preguntas	Media Total
1. ¿Cómo así tomaste la decisión de iniciar un negocio propio? ¿Qué fue lo que más influyó?	3
2. ¿De qué manera te apoyó o te viene apoyando tu familia?	4
3. ¿Cómo fue el soporte que recibiste de tu círculo cercano (amigos, conocidos en gamarra, etc.)?	4
4. Ante las dificultades o problemas respecto a tu negocio ¿A dónde o a quién sueles recurrir? ¿Por qué?	3.5
5. ¿Qué fue lo que más te motivó a iniciar tu negocio propio?	3
6. ¿Con qué dificultades te has encontrado al inicio y/o durante el desarrollo de tu negocio propio?	4
7. ¿Qué habilidades o características tuyas te han permitido desarrollar el negocio propio? ¿Cómo hacías frente a las dificultades?	3.5
8. ¿Qué aspectos (áreas, procedimientos, ventas, etc.) del negocio propio crees que son importantes de seguir mejorando y por qué?	1.5
9. ¿Cuál es el plan o las metas que actualmente tienes respecto a tu negocio propio y cómo piensas desarrollarlas? (ejemplo: cómo te ves de aquí a 5 o 10 años)	3
10. ¿Cómo te sientes de tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra?	4

11. ¿Qué cualidades o virtudes tuyas te permitieron iniciar el negocio propio?	3
12. ¿Qué expectativas tenías al inicio o durante el desarrollo de este negocio propio?	4
13. ¿Qué habilidades crees que has desarrollado o mejorado desde que iniciaste tu negocio propio?	4
14. ¿Qué habilidades o características tuyas crees que son importantes de mejorar por el bien del negocio propio?	4
15. ¿De qué manera ha influido en tu vida, en tu persona o en tu familia tener un negocio propio? ¿Qué cambios percibes?	4

Nota: Elaboración propia

Tabla 6

Guía de entrevista antes y después de la validación de jueces

Versión presentada a los jueces expertos	Versión final luego del juicio de expertos
1. ¿Cómo así tomaste la decisión de iniciar un negocio propio? ¿Qué fue lo que más influyó?	¿Qué fue lo que más te motivó o influyó a iniciar tu negocio propio?
2. ¿De qué manera te apoyó o te viene apoyando tu familia?	¿De qué manera te apoyó tu familia?
3. ¿Cómo fue el soporte que recibiste de tu círculo cercano (amigos, conocidos en gamarra, etc.)?	¿Qué tipo de soporte recibiste de tu círculo más cercano?
4. Ante las dificultades o problemas respecto a tu negocio ¿A dónde o a quién sueles recurrir? ¿Por qué?	Antes las dificultades o problemas respecto a tu negocio ¿A quién sueles recurrir y por qué?
5. ¿Qué fue lo que más te motivó a iniciar tu negocio propio?	Se cambió como primera pregunta
6. ¿Con qué dificultades te has encontrado al inicio y/o durante el desarrollo de tu negocio propio?	¿Con qué dificultades te has encontrado al inicio y/o durante el desarrollo de tu negocio propio?
7. ¿Qué habilidades o características tuyas te han permitido desarrollar el negocio propio? ¿Cómo hacías frente a las dificultades?	¿Cuál fue el peor momento o fracaso que te tocó vivir? ¿Cómo saliste adelante?
8. ¿Qué aspectos (áreas, procedimientos, ventas, etc.) del negocio propio crees	Se anuló la pregunta

que son importantes de seguir mejorando y por qué?	
9. ¿Cuál es el plan o las metas que actualmente tienes respecto a tu negocio propio y cómo piensas desarrollarlas? (ejemplo: cómo te ves de aquí a 5 o 10 años)	¿Cuál es el plan o las metas que actualmente tienes respecto a tu negocio propio y cómo piensas desarrollarlas? (ejemplo: cómo te ves de aquí a 5 o 10 años)
10. ¿Cómo te sientes de tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra?	¿Cómo te sientes de tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra?
11. ¿Qué cualidades o virtudes tuyas te permitieron iniciar el negocio propio?	Se anuló pregunta por el símil con la número 7
12. ¿Qué expectativas tenías al inicio o durante el desarrollo de este negocio propio?	¿Qué expectativas tenías al inicio o durante el desarrollo de este negocio propio?
13. ¿Qué habilidades crees que has desarrollado o mejorado desde que iniciaste tu negocio propio?	¿Qué habilidades crees que has desarrollado o mejorado desde que iniciaste tu negocio propio?
14. ¿Qué habilidades o características tuyas crees que son importantes de mejorar por el bien del negocio propio?	¿Qué habilidades o características tuyas crees que son importantes de mejorar por el bien del negocio propio?
15. ¿De qué manera ha influido en tu vida, en tu persona o en tu familia tener un negocio propio? ¿Qué cambios percibes?	¿De qué manera ha influido en tu vida, en tu persona o en tu familia tener un negocio propio? ¿Qué cambios percibes?

La pregunta de investigación y la guía de entrevista han guiado el análisis de las entrevistas para extraer temas y categorías importantes de las percepciones, experiencias, superaciones y reflexiones de las mujeres migrantes emprendedoras. La ficha de datos (ver Anexo 3) fue diseñada con el objetivo de ubicar a los participantes y recoger datos generales como: edad, estado civil, ciudad de origen, nivel educativo, número de hijos, rubro y clasificación de la empresa. La guía de preguntas (ver Anexo 4) se enmarcó en una matriz de consistencia que contempla las categorías en base al marco teórico (ver Anexo 5).

- “Yo tengo”: referido a las fuentes de soporte externo que se encuentran alrededor de la mujer emprendedora. Se profundiza en temas como el entorno familiar; apoyo de personas fuera de la familia; modelos a seguir; acceso a salud, educación, servicios sociales, entre otros.

- “Yo puedo”: las habilidades que les permite relacionarse y resolver conflictos. En ese sentido, permite indagar aspectos como la persistencia, resolución de problemas, etc.
- “Yo soy/Yo estoy”: esta categoría permite explorar el set de fortalezas internas personales para hacer frente a las dificultades y al proceso de emprender. Se explora así temas como la religión, personalidad, orientación al logro, etc.

Para el desarrollo de las entrevistas, se contó con el apoyo de Susaña Saldaña, Coordinadora de los empresarios de Gamarra, quién estuvo muy dispuesta a compartir información sobre la historia de las mujeres empresarias, así como los contactos para coordinar las entrevistas. Se realizaron 07 entrevistas a mujeres dueñas de galería y/o negocios de confección y venta, durante un período de dos meses. Para Cohen, Manion y Morrison (2007), el entrevistador necesita establecer un ambiente apropiado para que el participante pueda sentirse seguro para hablar libremente. Por esa razón, el lugar para la entrevista fue en las oficinas y/o puntos de venta de las empresarias lo cual permitió observar parte del trabajo. Se cuidó la privacidad y el tiempo de las entrevistadas siendo la duración de 40 a 90 minutos.

El trabajo del entrevistador fue (a) establecer una atmósfera en la cual la informante se sintiera segura como para hablar libremente y expresar sus experiencias e historias (Kvale, 1996); y (b) llevar toda la atención a la informante y alentarla a responder honestamente sin influenciar las respuestas (Gubrium & Holstein, 2001). Antes de iniciar la entrevista, el entrevistador se presentó a sí mismo, dio las gracias a la informante por su participación, se le aseguró la confidencialidad, se pidió permiso verbal para grabar la entrevista y se explicó el propósito general de la investigación mediante un consentimiento informado (ver Anexo 6).

Al contar con el audio de las entrevistas se inició el proceso de transcripción. Este proceso requirió el cuidado no solamente de escribir exactamente lo que se escucha, sino de anotar también cómo se dijo algo, si se encontraba significativo para el estudio (Braun & Clarke, 2013). Al cambiar de formato auditivo a formato escrito, la entrevista cambia de alguna manera; por esta razón fue importante seleccionar un protocolo de transcripción que se ajuste a las necesidades del estudio. Para realizar este proceso, se escogió el protocolo de transcripción de Rapley (2014) por ser un protocolo sencillo de utilizar y a la vez con los suficientes signos para especificar detalles (ver Anexo 7).

Luego, se efectuó la transcripción conforme se fue entrevistando a las informantes a lo largo de dos meses. Se siguieron los criterios de validez propuestos por Braun y Clarke (2013); es decir,

se leyó cada entrevista transcrita primero de manera general y después con agudeza. Cada transcripción tomó alrededor de 5 a 7 horas.

3.5 Procedimiento de recolección de la información

Creswell (2003) define el proceso de análisis de datos como aquel que involucra preparar los datos para el análisis, profundizar en la comprensión de los datos, representar la data, y hacer una interpretación del significado más amplio de los datos. En la metodología de estudio de caso, el análisis de la información procede a través de instancias de interpretación directa o de construcción de categorías, así como también estableciendo correspondencias o definiendo patrones o modelos (Neiman & Quaranta, 2006). Así mismo, ya que en los estudios de caso son útiles en la aplicación o profundización de una teoría (Eisenhardt, 1989; Dooley, 2002), este tipo de procedimiento no es cuantificable, es decir, no cuenta cuantas veces aparece una cierta palabra o contenido; sino se descubren temas bajo procedimientos tanto inductivos o desde los intereses teóricos (deductivos) (Lynham, 2002), es decir, la investigación explica el emprendimiento femenino de mujeres migrantes en términos de las fuentes externas e internas de la resiliencia y en un contexto poco estudiado como es el Emporio de Gamarra.

Así, se tuvo como actividad inicial la lectura y relectura de las transcripciones literales a fin de familiarizarse con la data y tener una comprensión general de cada entrevista. Para cumplir con el tratamiento de la información, se realiza el análisis temático de todas las entrevistas. Este método permite identificar, organizar, analizar en detalle y proporcionar temas a partir de una cuidadosa lectura y relectura de la información recogida y así inferir resultados que propicien la adecuada comprensión/interpretación del fenómeno en estudio (Braun y Clarke, 2006). El análisis temático ofrece un proceso exhaustivo para identificar numerosas referencias cruzadas entre los temas que van surgiendo y toda la información, permitiendo vincular varios conceptos y opiniones de los participantes y compararlos con los datos que han sido guardados en diferentes momentos durante la investigación (Alhojailan, 2012). A través del análisis temático, existe la posibilidad de vincular los diversos conceptos y opiniones de las mujeres migrantes empresarias y compararlos con los datos que se han recopilado en la revisión del marco teórico. En la tabla 7 se explica las seis fases en las que se ha desarrollado el proceso del análisis temático con rigor científico.

Tabla 7*Fases del análisis temático*

FASES	DESCRIPCIÓN
Familiarización de los datos	Transcripción de datos, lectura y relectura del material y anotación de las ideas generales.
Generación de códigos iniciales	Codificación de los aspectos más relevantes de los datos de una manera sistemática.
Búsqueda de temas	Recopilación de los códigos en posibles temas y reunión de todos los códigos posibles con los temas identificados.
Revisión de temas	Verificación de que los temas funcionan en relación con los códigos extraídos y todo el conjunto de datos.
Definición y denominación de temas	Revisar lo trabajado y verificar la definición de los temas.
Preparación de los resultados	Selección de fragmentos de textos con ejemplos contundentes. Análisis final de los fragmentos de textos seleccionados según la pregunta de investigación y el marco teórico.

Nota: Adaptado de V. Braun y V. Clarke (2006).

La reducción de datos comenzó con la lectura y relectura de la información transcrita. Los temas y categorías comenzaron a surgir con la lectura de cada transcripción. Según Miles y Huberman (1994), los códigos se definen como etiquetas para asignar unidades de significado a la información descriptiva o inferencial compilada durante un estudio. La codificación es el primer paso del análisis de datos o categorizar el texto para establecer un marco de ideas temáticas al respecto (Strauss & Corbin, 1998; Gibbs, 2007). Las transcripciones se analizaron mediante una estrategia de codificación axial y abierta (Strauss y Corbin, 1998) cuyo procedimiento se puede encontrar en el Anexo 8. La codificación axial se refiere a los códigos que parten de la categoría establecida; la codificación abierta da cuenta de los códigos que van emergiendo de la data (Braun & Clarke, 2013).

El segundo paso que es la visualización de datos se utiliza para incorporar información en un resumen que incluye una descripción de temas, categorías y códigos (ver Anexo 8). Finalmente, la conclusión que es el paso final del análisis de datos y consiste en sacar conclusiones considerando la teoría (Miles y Huberman, 1994). Los resultados son verificados y considerados apropiados para su confiabilidad.

3.6 Criterios de rigor y validez

La validez y la confiabilidad son términos de la investigación cuantitativa y son conceptos importantes a considerar en un estudio de este corte. Sin embargo, para la presente investigación y siguiendo a Denzin y Lincoln (2000), Maxwell (1992), Whitemore et al., (2001), y Cuevas (2009), se prefiere utilizar el término “rigor”, en lugar de validez o confiabilidad. Así, diversos investigadores cualitativos han desarrollado conceptos de medición en consonancia con el paradigma cualitativo. Lincoln y Guba (2007), sugirieron el término confiabilidad cualitativa que se define en términos de credibilidad, transferibilidad, confirmabilidad y dependabilidad.

En esta investigación, se siguió a Guba y Lincoln (1989), para determinar el rigor de las diferentes etapas de construcción del estudio. En la siguiente tabla se muestran estos criterios con su definición y los procedimientos señalados por los autores.

Tabla 8
Criterios de rigor

Criterios y definición	Procedimiento	Realizado
<u>Credibilidad:</u>		
<ul style="list-style-type: none">Evidencia las experiencias humanas tal como son percibidas por los informantes.	<ul style="list-style-type: none">Los participantes reconocen los resultados como verdaderos	✓
<ul style="list-style-type: none">El investigador evita conjeturar a priori sobre la realidad estudiada	<ul style="list-style-type: none">Participación profunda de parte del investigador	✓
<u>Transferibilidad:</u> <ul style="list-style-type: none">Los resultados son transferibles a otros contextos, no generalizables	<ul style="list-style-type: none">Se describe detalladamente el contexto de estudio y los participantes (reseñas)	✓
	<ul style="list-style-type: none">Muestreo teórico	✓
	<ul style="list-style-type: none">Recogida exhaustiva de los datos	
<u>Dependencia:</u>		
<ul style="list-style-type: none">La complejidad de la investigación cualitativa dificulta la estabilidad de los datos	<ul style="list-style-type: none">Descripción detallada del proceso de recogida, análisis e	✓

<ul style="list-style-type: none"> No es posible la replicabilidad exacta del estudio 	<ul style="list-style-type: none"> interpretación de los datos Reflexividad del investigador 	✓
<hr/>		
<u>Confirmabilidad:</u>		✓
<ul style="list-style-type: none"> Permite conocer los alcances y limitaciones del investigador en el trabajo de campo Los resultados de la investigación garantizan la veracidad de las descripciones de los participantes 	<ul style="list-style-type: none"> Transcripciones textuales de las entrevistas Contrastación de los resultados con la literatura existente Descripción de limitaciones y alcances del investigador 	✓ ✓ ✓

Nota: Adaptado de Guba y Lincoln, 1989, Fourth generation evaluation.

Por último, se muestra en la siguiente tabla, a modo de resumen, las acciones descritas que se han realizado para validar los distintos procesos de la investigación.

Tabla 9
Resumen de los criterios de validación

Proceso	Acciones	Autor
Instrumento	• Lectura del conocedor del tema	Creswell (2012)
	• Juicios de expertos	Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008)
Informantes	• Saturación	Strauss y Corbin (2002)
Transcripción	• Uso de símbolos	Rapley (2014)
	• Lectura general y aguda	Braun y Clarke (2013)
Categorías	• Análisis temático	Braun y Clarke (2006)
Reporte escrito	• Descripción puntual de la metodología y análisis	Braun y Clarke (2013)

3.7 Aspectos éticos

A continuación, se mencionan algunos principios y se explica cómo será el tratamiento antes, durante y posterior a la investigación:

- Autonomía: se respeta toda decisión de las mujeres informantes para participar, sin coaccionar o presionar su decisión. Por ello, se aplicó un consentimiento informado (ver Anexo 6) para mantener la privacidad y confidencialidad (Creswell, 2013). en que se detallan el objetivo de la investigación, el procedimiento, permiso para grabar en audio, entre otros aspectos, que permitió una decisión informada.
- Confidencialidad: La información recabada es de carácter confidencial, es decir se mantiene en anonimato los nombres de las mujeres informantes, por ello, se utilizan pseudónimos.
- Respeto al trabajo de las mujeres empresarias: se procedió a realizar las entrevistas en el contexto de trabajo de las informantes, aunque con interrupciones como parte de la labor diaria, se acordó el mejor momento para tener la entrevista.
- No maleficencia: no existen daños producidos por las entrevistas.

4. RESULTADOS

Este capítulo presenta los resultados de las entrevistas semiestructuradas a mujeres migrantes que tienen un negocio propio en el Emporio de Gamarra con el fin de dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cómo son las fuentes externas e internas de la resiliencia en un grupo de mujeres migrantes emprendedoras del Emporio de Gamarra?, así siguiendo el diseño de estudio de casos, el acento se ubica en la profundización y el conocimiento global del caso y no en la generalización de los resultados (Blasco, 1995).

Este capítulo está estructurado en tres secciones. El primero proporciona información del contexto, en este caso, el Emporio de Gamarra en tanto permite comprender la dinámica de trabajo de muchas mujeres empresarias desde su origen, desarrollo y principales desafíos. El segundo describe a modo de reseña el proceso de emprendimiento de cada una de las mujeres entrevistadas; para en el tercero analizar a partir de las tres categorías de estudio (Yo tengo, Yo puedo, Yo soy) que, en el transcurso del proceso se convirtieron en temas; siendo utilizadas en la misma secuencia con el fin de mostrar y discutir los resultados hallados en la investigación.

4.1 El Emporio de Gamarra

El Emporio de Gamarra es un lugar de gran movimiento comercial ubicado en el distrito de La Victoria. Al 2017, cuenta con 39 mil 630 establecimientos, distribuidos en galerías y que brinda ocupación a 80 mil trabajadores generando 7 mil millones de soles de ventas anuales (INEI, 2017b). Gamarra ofrece diversos servicios, insumos y otros productos relacionados a la industria textil, de confecciones y de moda a nivel nacional, regional e internacional.

Hasta la década del 50, Gamarra era una zona no comercial, pero de tránsito entre las fábricas textiles proveedoras y el mercado de La Parada (Huayhua & Quincho, 2017). Su proliferación responde a un contexto de migración masiva del campo a la ciudad, principalmente andina, entre las décadas de 1960 y 1970 (Barrantes, 2017).

Muchos provincianos llegamos a Lima en busca de un mejor futuro y salimos adelante con la guía de Dios, con nuestro propio sacrificio y sin el apoyo de ninguna autoridad. (Justina, 2016)

En ese sentido, fue un espacio para concentrar a una amplia red de empresarios migrantes que lograron generar oportunidades laborales ante el vacío institucional del país (Flores, 2018). A partir del año 60 los talleres de confección y negocios textiles iniciaron su apogeo siendo los principales motivos de crecimiento (a) los servicios tercerizados, fabricantes basados en el núcleo familiar y la (b) informalidad (INEI, 2017). Así mismo, no requería de un trabajo de diseño, sino de precio y venta, lo que permitió que este grupo de empresarios aprendieran empíricamente.

A partir de 1972, Gamarra ingresa a la era de las galerías, oportunidad aprovechada por empresarios textiles consolidados quienes tenían la capacidad de invertir y gestionar un inmueble. Para los años 90, el conglomerado de tiendas empezó a expandirse y consolidarse en más de veinte manzanas que se ubican entre las antiguas avenidas Isabel La Católica y 28 de Julio, y entre la Avenida Aviación y la Avenida Prolongación Parinacochas (Ponce, 1994). Gamarra se convierte en un mercado de gran dinamismo y considerables transacciones económicas relacionadas al comercio, la industria de la moda y la fabricación de prendas de vestir.

Después de casi 50 años, se considera el Emporio de Gamarra como el centro comercial más grande que tiene el Perú y Sudamérica, de gran movimiento económico y que concentra a un gran número de emprendedores quienes, con mucha creatividad, han gestionado su propia

oportunidad de hacer empresa (Barrantes, 2017). Sin embargo, actualmente, viene atravesando un momento de crisis que está impactando a la industria nacional textil, los puestos de trabajo, las exportaciones, la producción de algodón, etc. Para Saldaña (2018), esto es producto de la competencia desleal y el comercio ambulatorio informal que se ha apoderado de las calles en los últimos años.

No estamos perdiendo solo como empresarios sino como peruanos, el estado está perdiendo mucho dinero, solo por un tema de la subvaluación porque sus precios no están en los estándares internacionales con los que entran las prendas chinas, y a nosotros en nuestro mercado interno, significa una gran pérdida (...) Cuando nos vendieron el TLC, nos dijeron que se nos iban a abrir las puertas al mercado más grande del mundo, pero no vemos los resultados. Las exportaciones han ido bajando. La consecuencia es que hemos perdido empleos directos en nuestra cadena productiva. Si tuviéramos un mercado real, de competencia leal nosotros si seríamos los culpables sino mejoramos, pero no hablamos de competitividad, sino competencia descarada. Estamos en contra del dumping y de los malos importadores que se hacen llamar empresarios y que se aprovecha de este TLC. Otro tema, es la venta informal o ambulatoria que es un gran enemigo, porque ellos no pagan derechos laborales, cuando los formales si lo hacemos, por ello, una prenda que en tienda cuesta 25 soles, en la calle lo encuentras a 10 u 15 soles. las ventas de este año han sido de los ambulantes y no de las tiendas. (Saldaña, 2018)

Gamarra, a pesar de esta crisis, es un fenómeno social significativo que es parte de nuestra cultura peruana y que alberga muchas historias de éxito y superación. De esta manera, representa a miles de migrantes que llegaron a la capital con la esperanza de lograr el éxito empresarial basado en sacrificio y perseverancia; donde actualmente el 56,1% de los negocios son dirigidas por mujeres como menciona Wendy *“Hay más mujeres que hombres (...) las mujeres paramos aquí la olla.* Al respecto, Adams y Valdivia (1994), señalan que la cultura andina influencia en la forma de organización y producción dentro del negocio. Los comportamientos como la dedicación al trabajo, el cumplimiento de las obligaciones sociales, la cohesión familiar, la planificación del uso del dinero y el ahorro, entre otros, son características que en los Andes son fundamentales para poder sobrevivir y que al transferirse a la ciudad ayudan a convertir a un migrante sin capital en un pequeño o mediano empresario.

Respecto al trabajo de campo realizado a siete mujeres migrantes que tienen un negocio propio en Gamarra, resulta necesario recalcar que lo impresionante en este grupo de mujeres es que todas migraron a Lima en busca de mejores oportunidades, atravesaron por diversas circunstancias externas y eventos significativos que las impulsaron a iniciar su negocio propio

y que a pesar de su nivel educativo (solo hasta secundaria), han logrado iniciar, desarrollar y mantener su emprendimiento. Así mismo, son mujeres que han atravesado diversas situaciones difíciles como parte de la actividad empresarial pero que buscan salir adelante aprendiendo de la experiencia y de los errores, resultando en cambios positivos a nivel familiar y personal siendo uno de ellos su rol como proveedoras del hogar. El estudio de Barrenechea (2012) evidencia que las mujeres en Gamarra rompen con el tradicional rol femenino por su importante aporte a la economía familiar y que, al mismo tiempo cuestiona el rol de proveedor del hogar, así como las percepciones que las mujeres tienen de sí mismas. Otro estudio de Carrasco (2017) identifica que la predisposición de las mujeres en Gamarra es significativo y loable ya que con una cantidad limitada de recursos logra obtener una mayor cantidad de productos, relacionando la productividad de la presencia femenina con rendimiento.

Muchas mujeres que ahora son empresarias y que tienen tienda propia o son dueñas de galería llegaron aquí a Gamarra como vendedoras, ayudantes o ambulantes. No invirtieron mucho, comenzaron con un capital de 500 soles, y poco a poco, con mucho esfuerzo, han logrado independizarse y aprovechar las oportunidades, incluso más rápido que los hombres. (Saldaña, 2018)

Es motivador que en esta importante presencia femenina se compartan historias de superación y éxito, analizando los motivos y las diversas fuentes externas e internas que les permiten emprender posicionando a la mujer en un espacio donde se encuentra trabajando, es dueña de negocios y que ha logrado adaptarse positivamente a las situaciones adversas propias de la crisis en Gamarra.

Un gran reto para la recuperación del Emporio de Gamarra está relacionado con las políticas públicas del Gobierno que apoye el emprendimiento peruano, la formalización de los negocios, el aumento de seguridad y la creación de productos originales y con calidad.

Gamarra es la fuerza y el motor de la economía del país. (Saldaña, 2018)

A continuación, se describen a modo de reseña, la historia de las mujeres empresarias entrevistadas, las cuales fueron contactadas gracias al apoyo de Susana Saldaña, Coordinadora de los empresarios de Gamarra y a quien se contactó vía Facebook evidenciando interés por la presente investigación y disposición por coordinar las entrevistas. Se realizaron 07 entrevistas a mujeres dueñas de galería y/o negocios de confección y venta, durante un período de dos meses.

4.2 Las participantes

Participante 1: Gladis

Es natural Huánuco y tiene 52 años. Actualmente, su negocio tiene 23 años en el rubro de confección y venta de ropa de vestir como uniformes y polos de la selección peruana. Tiene 3 hijos de los cuales solo el mayor trabaja en el negocio. Gladis recuerda que desde muy niña estuvo involucrada en temas de comercio por influencia de su madre quien fue un modelo a seguir para ella.

Desde muy pequeña mi mamá me enseñó a trabajar lo que es comercio, entonces yo tenía ese sentir de estar ahí en el vender, y cobrar (...) desde 6, 7 años mi mamá me llevaba al cementerio (...) para vender flores. (Gladis, 2018).

Gladis migra a Lima con su esposo por medio de una Cuñada quien la motiva a iniciar su primer trabajo como vendedora de una tienda en el Centro de Lima. Con los ahorros, decide invertir en mercadería y vender como ambulante en el Mercado Central. Después de un tiempo, tuvo que tomar la decisión de salir de esa zona por intervención de la Municipalidad quienes incautaron muchos puestos. Junto a su esposo, deciden ir a Gamarra en busca de mejores oportunidades y también por necesidad económica pues su hijo aún estaba pequeño.

Para iniciar su emprendimiento, Gladis tuvo que resolver muchos problemas, asumir diversos riesgos y tomar decisiones.

Justo mi hijito tenía 3 años, no teníamos plata (...) yo le miraba a mi esposo que él cortaba a mi hijo bonitos pantalones y le dije, córtame tres o cuatro pantaloncitos y yo me los llevo a mercado central (...) lo embolse y todo, y me fui con esas tres muestras al mercado central y comencé a ofrecer como si yo tuviera mercadería bastante. Hasta que un señor de un puesto me dijo “señora yo quiero que me traiga 100 pantalones” (...) ¡asu! mi corazón en ese rato parecía que se salía yo decía, “100 pantalones, ¿ahora cómo los voy a hacer?”, pero me aventé nomás. (Gladis, 2018)

Con el capital de esa venta inició el negocio, al inicio alquilado, y luego pudo comprarlo gracias al apoyo de su esposo y otras personas que la motivaron. Gladis comenta que su experiencia en el negocio ha sido totalmente empírica, aprendiendo sobre la práctica. Pese a ello, siempre estuvo muy motivada en adquirir mayores conocimientos pues para ella es una herramienta de poder y crecimiento personal. Así, pudo participar en cursos de Nano Guerra, e incluso tuvo la oportunidad de ganar una beca en un programa del CONFIEP para microempresarias. Ella recuerda con mucho entusiasmo su premio como la mujer más emprendedora del programa.

Sin embargo, a medida que sus conocimientos se ampliaban y su valía a sí misma mejoraba, su esposo se sintió amenazado y fue el inicio de muchos problemas de pareja como maltrato psicológico incluso cuando estaba delicada de salud.

Hace dos años yo caí delicada de salud, tuve un coma diabético (...) después de cuatro días creo que recién he abierto mis ojos y entonces como que ahí ya le di otro sentido a la vida (...). Esos días en el hospital fueron terribles, yo ya quería regresar a mi casa y a mi negocio (...) mi esposo me recoge y en el carro me iba diciendo “que sí, que estás muy desesperada, que ya te quieres ir corriendo a ver a tu querido”. (Gladis, 2018)

Esto motivó aún más a Gladis en seguir desarrollándose a nivel personal, tiene una red de contactos amplia donde busca ayuda cuando la necesita. Así mismo, el éxito para el desarrollo del negocio radica en el esfuerzo sostenido, persistencia, sacrificio, comunicación constante con los clientes y tomar decisiones a veces buenas, otras equivocadas; pero aprender de la experiencia.

Su tienda se ha ido posicionando en Gamarra a lo largo de los años y ha sido pionera en las ventas de polos de la selección peruana. Siempre está identificando oportunidades de mejora y de negocio en otros rubros. Gracias a su emprendimiento, Gladis ha podido darles las mejores

comodidades a sus hijos, comprar una tienda propia y una casa. Por último, la recomienda a las mujeres que quieren iniciar un negocio:

La autoestima es muy importante cuando uno es emprendedor, si tú tienes la autoestima muy baja, eso es como un miedo que no te deja crecer (...) siempre buscar más información (...) porque el conocimiento te da seguridad y la seguridad te empodera. (Gladys, 2018)

Participante 2: Justina

Justina tiene 60 años, es natural de Apurímac y tiene un hijo. Es dueña de la Galería Los Fabricantes y es conocida como la Reina de Gamarra. Justina recuerda que desde niña sus padres fueron emprendedores y recibió mucho soporte familiar cuando vivía en Apurímac.

A los 19 años salió embarazada y sus deseos de ser madre soltera la motivaron a migrar a Lima e iniciar un negocio propio. Justina empieza comprando y vendiendo blusas como ambulante en Gamarra; sin embargo, tuvo un accidente grave de quemadura. Su sobrino al ver la necesidad de Justina de salir adelante y aún con su pequeño hijo en brazos, decide darle un poco de capital para iniciar la compra y venta de uniformes.

un sobrino me dice “te veo que tienes ganas de salir adelante acá, y con tu hijo más” Y me da 50 soles (...) que era un montón de plata en ese entonces (...) y le digo a mi hermana: “Mira tengo esta plata y quiero hacer algo” Era tiempo de la campaña escolar y empecé con uniformes. (Justina, 2016)

Después de varios años, buscó formalizarme y gracias a una amiga, decide comprar una tienda en gamarra. Tuvo que hacer muchos esfuerzos y ahorrar mucho dinero para pagar deudas. Se levantaba muy temprano desde las 6am y trabajaba hasta las 10pm. Después de algunos años, tras la muerte del dueño de la Galería, decide comprar dicho terreno donde enfrentó diversas dificultades como la confianza de los clientes y trámites documentarios con los bancos.

Para Justina, el sacrificio, resolver problemas, identificar oportunidades y tomar decisiones son las habilidades más importantes que la han ayudado a iniciar y desarrollar su negocio. Así mismo, ha logrado superar muchos obstáculos como la traición que recibe de parte de su socio que hizo que perdiera mucho dinero.

Cuando empezamos la Galería, tenía un socio (...) que me traiciona y se queda con una buena parte de dinero (...) tuve que tomar muchas acciones para sacarlo del camino (...) ahora solo estamos mi hijo y yo. (Justina, 2018)

Para Justina, el respeto y la comunicación con los clientes es lo más importante para mantener un negocio. Así mismo, es una persona que no le gusta quedarse conforme sino siempre está identificando oportunidades de negocio en otros rubros. Ella piensa que, si realmente uno quiere algo, lo va a lograr con persistencia. Gracias a su emprendimiento, pudo comprar una casa de campo, así como darle todos los estudios a su hijo quien está involucrado en el negocio.

Justina, se siente muy orgullosa de lo que ha logrado y también piensa que son la sencillez se logran grandes cosas.

Con la humildad tú consigues mucho (...) y el cariño pues, no se compra, sino se gana. (Justina, 2018)

Participante 3: Wendy

Wendy tiene 45 años, es natural de Chiclayo y tiene 2 hijos. Su negocio lleva 5 años y pertenece al rubro de textil y distribución de ropa interior a mayoristas y minoristas tanto a Lima como a Provincia.

Para iniciar el negocio, tuvo que aprender mucho de la experiencia, tal como menciona *"yo fui a la universidad de la calle"*.

Si bien no he tenido la oportunidad de pisar una universidad, algo que me dé un certificado o un diploma, sí que he aprendido muchísimo (...) y eso me gustaría a mí en un momento también poder sustentarlo con un tipo de documento, que es lo que ahora estoy tratando de hacer con Acción Emprendedora. (Wendy, 2018)

Wendy inició su primera experiencia en negocios cuando llegó a Lima y empezó a trabajar en Topi Top; allí conoció a su esposo quien la motivó y apoyó para iniciar el negocio. La principal motivación para iniciar el negocio fue su familia, sus hijos, y la necesidad de darle mejores oportunidades.

Wendy recuerda que tuvo influencia muy fuerte de sus padres, ambos fueron emprendedores y tenían un taller de mecánica. Para Wendy, la dureza de su mamá fue una oportunidad para que ella pueda desplegar sus habilidades por sí misma.

Mi familia me apoyó a mi siendo muy dura conmigo, sobre todo mi madre (...) conmigo fue muy dura (...) en ese momento yo no entendí y dije "¡Que mala es mi madre!"; pero ahora entiendo que lo hizo por algo. (Wendy, 2018)

Wendy ha sabido superarse a los obstáculos propios del negocio como los del año pasado: (a) la caída del rubro de textil y confecciones (b) la competencia desleal y (c) el desastre natural en el Norte. Así como otros obstáculos que la llevaron a replantear la visión y metas del negocio e identificar oportunidades de mejora. Wendy ha tomado decisiones y recibido el soporte familiar de su mamá y de su esposo; así ella también ha sabido resolver los problemas propios del negocio a través de campañas de marketing y la búsqueda de aliados que la puedan apoyar.

Wendy siempre está buscando crecer a nivel personal aprovechando las redes empresariales y cursos del estado como "Ruta exportadora" y "Acción Emprendedora", donde recibe asesoría en temas de Marketing y venta.

Wendy se considera una persona extrovertida, que le gusta interactuar con las personas y ser empática con los clientes; ella piensa que son fortalezas que le han ayudado a mantener el negocio. Se identifica como una mujer creyente en dios, fuerte que le gusta lograr lo que se propone, aprender de los errores y no decaer a pesar de tener problemas de salud. Para Wendy, *"la mejor manera de poder progresar es fracasando"* y *"hasta ahora, ahora estamos aprendiendo, los golpes enseñan"*

Participante 4: Carmen

Carmen tiene 48 años, y nació en Puno. Tiene 7 hermanos y apoyó a 3 de ellos con la cuota inicial para iniciar sus negocios propios. Actualmente, tiene dos tiendas de ropa de niños, una tiene 6 años, y la otra tiene 11 años donde los únicos socios son su esposo y ella. Cuando Carmen tenía 16 años, junto a su pareja, decidieron venir a la capital en busca de mejores oportunidades. Por necesidad, Carmen empezó a trabajar como ambulante en las calles de Gamarra, mientras su esposo era costurero.

Lo que más motivó a Carmen a iniciar un negocio propio fue la llegada de su primer hijo a la edad de 20 años y aún trabajaba repartiendo mercadería. Junto a su esposo, quien la motivó y apoyó, invirtieron dinero ahorrado en el alquiler de una tienda que después de un par de años lograron comprarla. Así mismo, otra gran motivación para iniciar su negocio fue la necesidad de trabajar de manera independiente y tener la oportunidad de estudiar.

Para decidir sobre el rubro del negocio, Carmen empezó a entrar a diferentes Galerías para analizar las necesidades de las personas identificando que muchas madres de familia buscaban ropa de niños. Poco a poco fue generando más capital para comprar una segunda tienda y máquinas para confección.

Acá las mamás van a comprar pa' los niños (...) mi hermano se metió con ropa de adultos, pero no le fue bien, yo vendía más. (Carmen, 2018)

Durante el inicio y desarrollo del negocio, recibió mucho apoyo de su esposo y soporte familiar, sobre todo, cuando Carmen tenía que viajar a provincias o fuera del país para traer mercaderías siendo la suegra o mamá de Carmen quien cuidaba a su hijo.

El nivel educativo de Carmen no fue un impedimento para aprender sobre la práctica, incluso en un tiempo donde no había internet. Tuvo que encontrar diversas formas de llamar la atención

de los clientes pues la Galería donde abrió su primera tienda era nueva y no había muchos stands; así desarrolló campañas y contrató a “jaladoras”. Así mismo, tuvo que aprender a sobrellevar comentarios de hombres quienes la menospreciaban por su condición de ser mujer.

Para Carmen el éxito de su negocio se debe a que ha aprendido a administrar su capital, invirtiendo en lo necesario y no gastando de más. Como bien ella enseña a sus hermanos:

“No se gasten todo el dinero (...) si han vendido en campaña todo ese dinero, no se compren casas (...) traten de saber solucionar, separen su capital, separen lo que van a utilizar por gastos, que en cualquier momento lo van a usar, en cualquier momento puede haber algún acontecimiento (...) y tienes que tener guardado, reservado eso”

Así mismo, la persistencia, el esfuerzo, tratar bien a los clientes y escuchar sus necesidades son habilidades importantes también para el funcionamiento del negocio. Esto mismo les enseña a sus trabajadoras; así como estar en constante innovación y tener exclusividad en temporadas alta.

Carmen ha sabido superar de una manera optimista los problemas propios del negocio, siendo muy creyente en Dios y honesta, incluso ella menciona *“siempre uno cuando trabaja honestamente todo te va bien”*. Logró cumplir varias metas trazadas como pagar los estudios a su hijo quien estudió diseño y actualmente apoya a su madre en el uso de las redes sociales, así como en la investigación de nuevos diseños de ropa de niños. Gracias a las ventas de su negocio, pudo comprarse un carro y una casa por la Avenida Arequipa.

Carmen aconseja a todas las mujeres emprendedoras que cumplan sus sueños, *“abrir un negocio propio no es imposible, pero si se requiere de mucha voluntad, sacrificios y fuerza”*. Aconseja que se inicia comprando mercadería gastando lo necesario, y con el ahorro se pueda pasar a comprar una tienda y poco a poco ir vendiendo aplicando estrategias de venta. En ese proceso es necesario hacer gastos solo necesarios hasta que el negocio flote.

Participante 5: Kelly

Kelly tiene 37 años, tiene 3 hijos pequeños y es natural de Arequipa donde hizo estudios técnicos en metalurgia; sin embargo, no llegó ejercer dicha carrera. Su experiencia laboral inició en el negocio de su hermano quien se dedicaba a la confección de gorros, mamelucos y casacas para mineras. En el año 97, su hermano decide venir a la capital en busca de mejores oportunidades, y después de un año, cuando Kelly tenía 18 años, su hermano, la apoya para que ella pueda involucrarse en el negocio. Kelly siendo aún muy joven tomó la decisión de venir a Lima arriesgando los planes que tenía; sin embargo, gracias a su experiencia previa, se adapta y moviliza de manera ágil en el área de compras y confecciones.

Yo vine acá a Gamarra (...) era totalmente diferente, y era feo (...) aunque ya estaba mejorando un poco (...). Yo vine acá a hacer compras y de ahí mi hermano me dijo, “vamos a trabajar, ayúdame con esto”, (...) como teníamos experiencia en confecciones (...), le ayudábamos al cliente a ver que máquinas tendrían que comprarse y todo a nivel de estampado y todo. Yo conozco el bordado, estampado, yo estampado de hecho sola, yo aprendí a estampar a los 9 u ocho años, conozco de cerografía, conozco de todo, toda esa parte lo que sea confecciones. (Kelly, 2018)

Después de algunos años, Kelly conoce a quien es su actual esposo, y juntos deciden abrir un negocio en el área de confección e industria donde su principal venta son las máquinas de coser importadas.

Para Kelly, la mayor influencia y motivación para emprender fue su madre de quien aprendió el optimismo y a proyectarse al futuro. Además, la apoyó en los momentos más difíciles del negocio a través de una pequeña inversión.

Kelly tuvo que aprender sobre confección y ventas en la práctica, como ella bien menciona *“en el instituto yo no he aprendido mucho, aprendí a socializar con mis compañeros y cosas básicas, pero yo creo que la verdadera universidad es estar en la cancha, no es lo mismo lo que estudias o lo que te pinta la universidad, con lo que pasa en la vida”*. Así mismo, Kelly complementó su experiencia con cursos de Acción Emprendedora que le permitieron tener mayores conocimientos sobre el negocio, así también, actualmente viene cursando un curso en la universidad ESAN.

Para Kelly, las mayores dificultades que tuvo que enfrentar al iniciar el negocio fueron la organización, la competencia y la captación de clientes. Para resolver estos problemas, en cuanto a la primera, tuvo que organizar sus tiempos entre el negocio y el hogar; así mismo, para enfrentar a la competencia y captar clientes, su estrategia se basó en la garantía de las máquinas de confección y en los créditos bancarios lo que permitió la atracción de muchos microempresarios quienes empezaron a tener la oportunidad de competir con la alta costura.

Tenemos convenios con todos los bancos, en casi todos los bancos en los cuales nos preocupamos de que su crédito salga muy rápido a tasas muy pequeñas o bastante bajas para que ellos puedan tener la parte coberturada. (Kelly, 2018).

Para Kelly, la clave de un negocio son los socios que, por diversas situaciones de traición, considera que los mejores socios son ella y su esposo. Así mismo, el liderazgo, el esfuerzo, honestidad, determinación, conciencia y responsabilidad han sido habilidades importantes para superar cualquier problema del negocio, y las cuales ha aprendido en la propia experiencia tanto al inicio como durante el desarrollo del negocio.

Actualmente, su negocio tiene 30 años, y recomienda a las mujeres empresarias que recién inician un negocio que estudien e investiguen mucho sobre el rubro, así también, para mantener el negocio es importante mantener una buena actitud, estar motivadas y poner amor a cada decisión respecto el negocio.

Las habilidades que tiene la mujer en la empresa es equilibrar, porque los hombres en las empresas es pura guerra (...) ellos hablan “vamos a derribar

la competencia”, “vamos a hacer guerra”; (...) pero las mujeres equilibramos el trabajo en equipo, las mujeres damos amor, damos vida (...) en una empresa cambia totalmente la estrategia de la misma empresa con la misma gente.

Participante 6: Elsa

Elsa tiene 54 años y es originaria de Cusco. Actualmente tiene 2 hijos. Es dueña de la Galería Estilo, la cual viene trabajando hace 20 años. Tiene 10 hermanos, de los cuales 2 fallecieron cuando ella tenía 45 años. Elsa considera que tuvo mucha influencia de su madre para emprender, pues recuerda que desde pequeña le decía *“hija, no seas como yo que me dediqué a ser ama de casa, tú tienes que hacer algo por ti”*. Actualmente, tiene 4 hermanos que tienen un negocio propio en confección y en venta de postres.

Elsa recuerda que desde la época escolar le gustaba mucho los negocios, *“siempre llevaba cualquier cosa para vender (...) a mí me encantan las ventas desde muy pequeña”*. Decide venir a Lima en busca de mejores oportunidades tanto para su familia, hermanos como para ella. A los 16 años, empezó trabajando en la zapatería Bata, luego a la edad de 20 años, se inició en el rubro de confección trabajando en una tienda alquilada en el Centro de Lima. A los pocos años, conoció a su esposo quién vendía telas, y se casó a los 23 años estando embarazada de su primer hijo.

En el año 96, en pleno apogeo de las Galerías en Gamarra, su esposo y ella deciden comprar un terreno con todos los ahorros que tenían. Sin embargo, ese mismo año, Elsa sufre la pérdida de su esposo quedándose sola con sus dos hijos pequeños de 5 y 6 años. Su principal motivación por desarrollar el negocio fueron sus hijos.

cuando tú te casas, nunca piensas que te vas a quedar viuda, o sola ¿no? (...) te casas para toda la vida, cuando fallece mi esposo yo tenía que sacar a mis dos hijos adelante (...) ellos me dieron las fuerzas para enfrentar muchas situaciones (...) ellos fueron el motor de yo emprender y ser la fuerte de la familia porque era la que yo mantenía, mantengo todavía. (Elsa, 2018)

En ese proceso, tuvo que lidiar con muchas dificultades propias del negocio, además de su etapa de duelo. Elsa comenta que cuando inicia la Galería, la mayoría de tiendas eran talleres y las tiendas solo estaban en el primer piso, así también comenta *“todo estaba sucio, tenía terror venir a Gamarra, pero las circunstancias me obligaron”*. Poco a poco empezó a reestructurar

la Galería, primero vendiendo ropas de marcas como Levi's y luego solicitando créditos de mercadería a conocidos de su esposo quienes la apoyaron económicamente, actualmente la Galería tiene 6 pisos y todas las tiendas están ocupadas.

A través de su emprendimiento, logró criar a sus hijos y cubrir sus necesidades como es educación, siendo la hija mayor la más involucrada en el negocio aplicando sus conocimientos en ingeniería industrial.

Para Elsa, la clave del negocio se encuentra en la innovación y en la renovación constante de marcas; así como en la capacitación a su personal desde el vigilante de la puerta hasta las vendedoras de las tiendas quienes deben cumplir con parámetros de calidad. Así mismo, las habilidades que más la han ayudado a superar las adversidades, es la resolución de problemas, la persistencia, así como identificarse a sí misma como una mujer fuerte capaz de superar los problemas. También ha aprendido muchos de las malas experiencias, en especial, con socios amigos, siendo ahora socia solo junto a su hija.

Así mismo, Elsa ha ido adquiriendo mayores conocimientos sobre negocios a través de un diplomado en administración. Actualmente viene cursando un curso en el programa *Trazamos de Gamarra*. Sin embargo, asegura que la mayoría de conocimientos y experiencias lo aprendió en la “universidad de la calle”. Las metas que tienen respecto al negocio para el siguiente año es empezar a trabajar con las redes sociales y habilitar un séptimo piso.

Elsa recomienda a las mujeres que quieren emprender que se capaciten y estudien mucho; así como tener una buena actitud para enfrentar las dificultades propias del negocio.

Ahorita que hay tanta capacitación (...) antes no había económicamente para poder hacerlo (...) que siempre tengan una buena actitud para hacer las cosas, (...) que todas las cosas que hagan en la vida lo hagan con el corazón. Cuando uno lo hace con actitud, con el corazón todo va a fluir, todo va a ir bien. (Elsa, 2018)

Participante 7: Rocío

Rocío tiene 35 años, es originaria de Puno y tiene un hijo. Su negocio que va a cumplir 10 años, está relacionada a la venta de telas.

Rocío migra a Lima a la edad de 7 años junto a su hermana mayor y su padre quien las trae en búsqueda de mejores oportunidades. Su papá inicia una tienda de abarrotes donde Rocío apoyaba en las ventas. Rocío recuerda que desde muy pequeña le gustaba vender por lo que algunos fines de semana vendía flores en el cementerio o canchita en los parques. A la edad de 15 años, al enterarse su papá que tenía enamorado, la manda a Puno a culminar sus estudios; sin embargo, ambos se seguían escribiendo cartas y ella decide volver a Lima para vivir con él en la casa de los suegros.

A los 18 años, Rocío sale embarazada y para ella fue el inicio de los problemas de pareja que incluso llegó a la agresión verbal y física.

Bueno cuando salí embarazada, él nunca me daba y su papá de él le dijo que no me de nada, que yo no era nadie para ordenarlo y que mejor me pegara. Me acuerdo que él me pegó, bien pegado y yo no sabía qué hacer. Yo eso lo sentí que fue para bien para mí. (Rocío, 2018)

Después de este suceso, Rocío decide ir a Gamarra a buscar a su padrino quién era dueño de una Galería y fue quien la apoyó a iniciar su negocio propio.

me vine a él para decirle pues que me había pegado, estaba verde por acá por mi cara. Entonces yo vine y sus hijas vieron eso y casi les da un infarto. Y mi padrino me propone a mí a trabajar, comenzar mi negocio. Me dice “te voy a dar por dos años un stand, no te voy a cobrar alquiler, pero vas a empezar tú solita”, fue como un padre para mí. (Rocío, 2018)

Rocío recuerda las dificultades que tuvo que enfrentar para iniciar su negocio con un hijo aún en brazos. Muchas veces tuvo que arriesgar su vida para poder trasladar mercadería, como subirse a las tolvas de camiones o tomar el micro con bolsas de mercadería y con su hijo cubierto sobre la espalda.

Yo venía en el micro no con una bolsa de mercadería sino varias (...) con mi hijo, con el bolso de leche. Yo en ese momento pensé “mi hijo no tiene que pasar por lo mismo, yo voy a trabajar duro”. (Rocío, 2018)

Así mismo, el nivel educativo de Rocío no fue un impedimento para pensar en diversas estrategias con el fin de que su negocio prospere en poco tiempo como ir a diversas Galerías, observar los stands e identificar diseños y productos novedosos. A los pocos años, una amiga de Rocío quien iba a mudarse a otro país, le da la oportunidad de comprar su tienda por lo que Rocío no duda en hacerlo. Rocío consulta con su padrino respecto al rubro del negocio y juntos deciden empezar a invertir y vender rollos de telas. Poco a poco, su negocio ha ido escalando y actualmente están incursionando en la confección y distribución de telas a otros países como Bolivia y Colombia.

Para Rocío, el esfuerzo sostenido, la persistencia, los sacrificios y ser creyente en Dios; han sido cualidades que le han permitido salir adelante y enfrentar cualquier desafío relacionado al negocio. Gracias a esto, Rocío ha logrado pagar los estudios a su hijo, y sueña con un mejor futuro para él como para su negocio. Así mismo, Rocío siempre está identificando otras oportunidades para generar más capital e invertir en otros rubros.

Yo te diré, justo esta semana pensaba en que ya no quiero adquirir más cosas. Pero siempre estoy pensando que me falta esto o lo otro, o veo un terreno que me gusta, y así hay que estar pagando y trabajando. (Rocío, 2018)

En un par de año, a Rocío le gustaría poder disfrutar de los frutos de su esfuerzo *“me gustaría viajar, en el puno ponte me he comprado una casita, y el próximo año ya quiero empezar hacer por ahí por mi pueblito (...) yo no me he olvidado donde crecí ni de mi tierra”*.

4.3 Fuentes de la resiliencia

El estudio partió de tres categorías: fuentes de soporte externo (Yo tengo), habilidades y resolución de problemas (Yo puedo), y fortalezas internas (Yo soy) que, en el transcurso del proceso se convirtieron en temas; se han utilizado en la misma secuencia con el fin de discutir los resultados hallados en la investigación. En este acápite, se presentarán los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

Para facilitar la comprensión se ha elaborado un gráfico que explica a través de las categorías, el proceso de emprendimiento en base al discurso de las entrevistadas. De esta manera, se encontró que el “Yo tengo” se vincula mayormente al inicio del negocio y, además, es una condición base para emprender donde lo externo (experiencias previas, modelos a seguir, redes

de contacto) cumple un rol fundamental en respuesta a una necesidad que determina la decisión de las mujeres a iniciar el negocio. Así mismo, mayormente las subcategorías encontradas al “Yo puedo” se relacionan a las diversas situaciones problemáticas que enfrentan las mujeres como parte del desarrollo del negocio y que les permite elaborar una visión de emprendimiento. El “Yo soy” se vincula a la visión que ellas tienen sobre sí mismas y que les permite mantener el negocio y configurar sus vidas.

Finalmente, a partir de las fuentes del “Yo tengo”, “Yo puedo” y “Yo soy”, se encuentra como resultado mujeres emprendedoras con historias de superación que han aprendido de la experiencia y que sus motivaciones externas e internas las impulsan a mantenerse dedicadas al negocio. Así, rige una mentalidad positiva ante situaciones problemáticas y a las posibilidades de siempre salir adelante. Se evidencia que todo ello ha configurado sus vidas evidenciada en los cambios a nivel familiar y personal

Figura 1 Proceso de emprendimiento del grupo de mujeres migrantes y relación de las categorías

4.3.1 Fuentes de soporte externo (Yo tengo)

En esta primera categoría, se analiza todos los aspectos vinculados al ambiente familiar, social y cultural del grupo de mujeres migrantes emprendedoras y que se evidencia ha influido en el

inicio del emprendimiento. Se encontró que las circunstancias externas y la necesidad de salir adelante por los hijos fue la principal motivación para desencadenar el inicio del negocio propio. En la historia de las mujeres, se evidencia que una serie de eventos significativos, motiva los deseos de las mujeres de salir adelante, mejorar la situación económica y ser independientes.

Yo di a luz en el 80 a mi hijo y además de esta independización se pudiera decir, ante la necesidad económica que lo que ya me pagaban ya no me alcanzaba. (Gladis, 2016)

Yo tuve a los 19 años (...) a mi hijo. Luego tuve un accidente (...) una quemadura (...) y la necesidad que tenía era salir adelante por él (...) yo nunca quise trabajar que alguien me mande. (Justina 2016)

Tuve (...) altibajos, tuve eh bueno, me robaron, me robaron unas maquinarias, tuve que empezar de cero, con todas en contra (...) yo pensaba que tengo que llevar dinero a mi casa, y que tengo mis hijos que mantener. (Wendy, 2016)

Claro, la necesidad (...), tener un trabajo y poder pagar mis estudios. (Carmen, 2016).

Buscaba emprender un negocio, aunque yo sabía que no es fácil acá en Perú. (Kelly, 2016)

Mi esposo muere (...) fueron mis hijos, ellos fueron el motor de yo emprender y ser la fuerte de la familia porque era la que yo mantenía, mantengo todavía. (Elsa, 2016)

Me acuerdo que él me pegó, bien pegado y yo no sabía qué hacer (...) yo pensaba ¿Qué hago yo ahora con mi hijo? mi hijo lloraba, yo lloraba, pero ya luego tenía que estar bien. (Rocío, 2016)

Se encontró que hay diversas razones que impulsan a las mujeres a emprender. En primer lugar, este grupo de mujeres migra a Lima en busca de mejores oportunidades de empleo y educación, servicios que no lograba encontrar en sus lugares de origen. En segundo lugar, a raíz de una situación adversa como fue el fallecimiento del esposo de Elsa, la violencia física que recibió Rocío de su esposo, y el accidente de Justina fueron acontecimientos que marcaron sus vidas, pero que las motivó a pensar en las necesidades de sus hijos; como en el caso de Wendy y Carmen cuyo motor fue darles mejores oportunidades. En el caso de Kelly, su motivación fue principalmente sus ganas de emprender.

Por otro lado, se encontraron tres ramas relacionadas al Yo tengo: experiencia, modelos a seguir y personas que me van ayudar; y a su vez, de cada una de ellas se desprende diversos temas. El análisis se ha centrado en las relaciones de dichas subcategorías que influye en la decisión de iniciar el negocio.

Experiencia previa

La primera relación que salta a la vista es la experiencia previa de las mujeres en los negocios, así se evidencia que este grupo de mujeres tuvo a lo largo de su vida y antes de emprender, algún tipo de relación con las ventas, confección y/o comercio. Se encontró que cuando este grupo de mujeres migra a la capital inicia sus actividades laborales como ambulantes en las calles de Gamarra, vendedoras en el Mercado Central o como productoras en tiendas por departamento en el Centro de Lima. Además de la experiencia ganada fue un motivo para ahorrar dinero e invertir en el momento que iniciaron el negocio.

Tuve la oportunidad de trabajar en “Topi Top”, eh, en el área de producción (...) tuve la dicha de ser jefa de acabados, de acabados en el tema de exportaciones. Pude tener la jefatura que no era nada fácil, no había horario, a cualquier horario te llamaban (...) desde ahí me encanta a mí el tema de producción, tiempos, métodos de trabajo, eso me gusta muchísimo y con lo que he trabajado bastante tiempo también es el tema operativo. (Wendy, 2018)

Trabajé así unos cuantos años en el Mercado Central y también, como donde yo trabajaba también conocía a señoras que tenían tiendas en la Virreina, y yo hacía ropa de vestir para damas, entonces en el taller donde trabajaba hacíamos ropa de vestir y sabía los modelos. (Gladis, 2018)

Quedé como dos o tres años (...) como AMBULANTE, y yo quería crecer pues. Formalizarte. Y dije, bueno pues ya tengo platita, comprar máquina, comprar esto. (Justina, 2018)

Como tenía experiencia en confecciones y todo, le ayudábamos al cliente a ver que máquinas tendrían que comprarse y todo a nivel de estampado y todo. Yo conozco el bordado, estampado, yo estampado de hecho sola, yo aprendí a estampar a los 9 u ocho años, conozco de cerografía, conozco de todo, toda esa parte lo que sea confecciones. (Kelly, 2018)

Modelos a seguir

Se encontró que las mujeres tienen una fuerte orientación familiar; así tienen padres que han fomentado su espíritu emprendedor y/o familiares que promovieron esta autonomía como en el caso de Wendy que sus padres fueron emprendedores, o como Elsa quien aplica las enseñanzas de su madre.

yo desde muy pequeña mi mamá me enseñó a trabajar lo que es comercio, entonces yo tenía ese sentir de estar ahí en el vender, y cobrar, y cuando yo estaba en un taller me sentía como ahogada. Y los ejemplos (...) y valores (...) más que mi madre sea una madre muy estricta y dura este, mmm creo más bien que esto me ayudó. (Gladis, 2018)

En el colegio cuando estaba en media (...) A mí me encantan las ventas, ¿no? Y bueno, antes de trabajar y bueno antes de ser independiente, yo trabajé desde los 16 años. Mi mamá, siempre nos decía “hija no seas como yo que me dediqué a ser ama de casa, tu tiene que hacer algo por tí”. (Elsa, 2018)

Personas que me van ayudar

Sobre las personas que me van ayudar, se analiza la red de contactos que ayuda a las mujeres a iniciarse en el mundo empresarial, siendo la familia la principal fuente de soporte económico y emocional. Además, cumplen un rol fundamental para responder a las necesidades de este grupo de mujeres quienes atravesaban un momento estresante y difícil en sus vidas. En el caso de Wendy, Kelly, Gladis, Carmen y Elsa; el esposo fue la fuente principal por las que ellas se motivan a emprender invirtiendo todos los ahorros que tenían. En el caso de Justina y Rocío fueron parientes de la familia extensa quienes las apoyaron a iniciar el negocio. El estatus marital y el apoyo de la pareja aparece como un elemento fundamental en el proceso de constitución del negocio.

Me fui a Gamarra porque tenía mi padrino que era dueño de una galería, me vine a él para decirle pues que me había ¡pegado!, estaba verde por acá por mi cara. Entonces yo vine y sus hijas vieron eso y casi les da un infarto. Y mi padrino me propone a mí a trabajar, comenzar mi negocio. Me dice “te voy a dar por dos años un stand, no te voy a cobrar alquiler, pero vas a empezar tú solita”, fue como un padre para mí. (Rocío, 2018)

un sobrino me dice (...) somos de familias... Entonces dice “te veo que tienes ganas de salir adelante acá, y con tu hijo más” y me da 50 soles, entonces pucha, 50 soles era un montón de plata (...) y le digo a mi hermana: “Mira tengo esta plata y quiero salir adelante” Era tiempo de la campaña escolar, y para empezar con uniformes pues. (Justina, 2018)

Con mi esposo (...) los dos juntos, decidimos, trabajamos. Él apoyó con capital, yo puse algunos ahorros (...) yo vendía, el cortaba, cosía, y ya pues yo vendía acá. Con mi hijito vendía acá. (Carmen, 2018)

Así mismo, muchas de estas mujeres, sobre todo en el caso de Carmen, recibieron apoyo de parte de la familia extensa para poder desarrollar las actividades laborales y domésticas.

Mi suegra me apoyaba con él bebé, y el eh, mi esposo trabajaba. Trabajaba en, se levantaba a las 4 de la mañana, cortaba todo, dejaba para que cosan y se venía al local. (Carmen, 2018)

De esta manera, este grupo de mujeres migrantes forman su negocio propio no solo en base a una motivación propia, sino porque tienen personas que las apoyaron ante circunstancias difíciles, en este caso, las redes familiares han contribuido en el inicio del negocio de estas mujeres. Actualmente, los hijos también cumplen un rol fundamental en los negocios quienes se involucran en diversas áreas, mayormente en las redes sociales como en el caso de Justina, Carmen, Rocío, Wendy y Elsa. En el caso de Kelly sus hijos aún están pequeños, pero si tiene pensando involucrarlos en un futuro.

Esto ya consigo con mi hijo, esta galería, este local. Él ve ahora las ventas del cómo van. (Justina, 2018)

Mi hijo mayor ya está involucrándose, justamente él es el que va a estar manejando la parte de las redes. Es un tema que no sabemos mucho (...). Entonces ya necesitamos más apoyo, en ese caso ya se está involucrando. Mi hijo menor también me está pidiendo aprender diseño para que él también pueda hacer unas cosas. (Wendy, 2018)

Nosotros recientemente estamos trabajando con las redes sociales hace 2 años más o menos, hemos tenido acogida. De eso se encarga mi hija. (Elsa, 2018)

Acceso a servicios

En cuanto al acceso a servicios, durante el inicio del negocio, se encontró que otra fuente de soporte externo fueron los cursos de capacitación que recibieron por parte del estado, sobre todo, Wendy, Gladys, Kelly y Elsa. Si bien el nivel educativo de este grupo de mujeres es mayormente hasta secundaria completa, esto no fue un impedimento para que logren iniciar y desarrollar sus negocios logrando aprender de manera empírica. Sin embargo, muchas acuden

a organizaciones para capacitarse en temas de gestión a través de cursos o talleres que les permite desarrollar conocimientos y mejorar su negocio.

He tenido bastante apoyo de entidades del Estado en tema de capacitación, no lo voy a negar. Las he buscado también, las he buscado ¿no?, están ahí y sé que mucha gente no las conoce, eh como por ejemplo “Ruta exportadora” (...) con el tema de las charlas también que hacen en Gamarra que está justamente en la Galería Plaza, infinidad de cursos, capacitaciones. Actualmente estamos (...) en un grupo de voluntariado, el cual capacita empresarios desde cero. (Wendy, 2018)

En general, las mujeres consideran el conocimiento como una oportunidad de crecimiento del negocio como lo subraya Gladis *“lo más importante es el tener conocimiento, me parece que el conocimiento te da el poder y te da la seguridad”*, y también Rocío *“si quieres tener un negocio, de que se puede, se puede (...) tienes que salir adelante, no es difícil eh. No hay impedimento, nada es imposible (...) mmm les recomiendo que también estudien eso te da fuerza; sin embargo, solo cuatro de ellas han asistido a cursos y talleres.*

Por otra parte, para una de las entrevistadas fue un tema de distensión con su pareja pues mientras ella accedía a más cursos, sus conocimientos y autoestima mejoraban siendo una amenaza para el esposo quién incluso la agredía verbal y psicológicamente.

Yo empiezo a valorarme un poco más (...) mi esposo ya se siente como que (...), el no ve ni siquiera que yo me estoy revalorizando, él ya se siente amenazado. Yo lo he sentido así (...) él ha llegado a pensar que yo de repente he estado mirando hacia otras personas (...) él no ve que yo me estoy revalorando como mujer sino él ve, “ah no ya de repente dejaste de interesarte en mí” o “porque ya tienes otros conocimientos o qué sé yo, me haces de menos”, entonces él comienza a la agresión más fuerte, (...) yo siento como que era un poco de celo profesional, digamos así profesional, de ver que de repente yo puedo o he logrado más cosas. (Gladis, 2018)

En ese curso entendí que yo no era la única que somos un 90% de mujeres, así como nosotras, trabajadoras, que somos maltratadas, somos maltratadas directa o indirectamente. (Wendy, 2018)

En síntesis, el resultado más importante alcanzado en el “Yo tengo”, fue la motivación de superar las necesidades, salir adelante e identificar en el ambiente y entorno oportunidades que les permita iniciar su negocio propio.

4.3.2 Habilidades sociales y/o resolución de problemas (Yo puedo):

Este grupo de mujeres empresarias manifiesta que el desarrollo de sus negocios se relaciona con las habilidades y características personales que les ha permitido hacer frente a las dificultades durante el proceso de emprender. Así, se identifica, de acuerdo a la clasificación de Kotliarenko, Cáceres & Fontecilla (1997) que, para el desarrollo del negocio, este grupo de mujeres empresarias evidencia tener habilidades para tomar decisiones, afrontar obstáculos, resolver problemas, encontrar a personas que las ayuden, ser persistentes y hacer sacrificios. Por otro lado, durante el análisis de las entrevistas, se identificaron subcategorías importantes evidenciando también habilidades para tomar iniciativa relacionado a la capacidad de identificar oportunidades, ser autoeficaces vinculado a mantener una mentalidad positiva ante los problemas, y aprender a lo largo del proceso de emprendimiento.

Tomar decisiones

La toma de decisiones se refleja en la capacidad de las mujeres en llevar a cabo cualquier acción que se propongan en coherencias con sus deseos de salir adelante. Así, la toma de decisiones se refleja en la necesidad de emprender y arriesgar a pesar de no tener los recursos suficientes como fue el caso de Gladis, Kelly y Justina.

Me fui con esas tres muestras al mercado central y comencé a ofrecer como si yo tuviera mercadería bastante (...) hasta que llegue a un puesto y el señor me dijo “señora yo quiero que me traiga 100 pantalones”. ¡Asu!... mi corazón en ese rato parecía que se salía yo decía, “100 pantalones, ¿ahora cómo los voy a hacer?” No tenía máquinas, yo no había previsto eso, ¿qué hago?, pero contenta, tenía que hacerlo para empezar mi negocio. (Gladis, 2018)

Como llegué a esta galería fue una decisión fuerte, ya tenía deudas porque estaba invirtiendo en mercadería, pero yo siempre quería comprar (...) el dueño de esta galería muere teniendo tanto dinero (...) de la nada aparecieron 13 personas que eran los hijos (...) a las 13 personas las compramos (...) he tenido que pelear con ellos para que me vendan este terreno. (Justina, 2018)
Si no arriesgas no ganas, claro hay que arriesgarse de una manera concienzuda. Una de las cosas que te digo que tienen aquí en Gamarra es que accionan (...) y al ver eso te motiva a arriesgarte también a tener tu negocio. (Kelly, 2018)

Así mismo, en este grupo de mujeres, la mayoría de decisiones han girado en modos y formas de desarrollar el negocio ya sea para mejorar las ventas y/o hacer cambios a nivel del negocio como en el caso de Wendy, Roció y Kelly.

las decisiones son importantes, ¿no? O sea, es decir lo que te comento, en el tema del Marketing (...) se pensaba en reflotar el tema de marca que ahora ha tenido una baja por diferentes motivos (...) yo tuve que tomar la decisión de decir “OK, es el momento” Y pienso que también es eso, no siempre es el momento para algo, entonces tuve que llegar yo esta vez y tomar la decisión. Y la tomo porque por algún motivo siento que tengo que tomar yo la decisión (...) “yo creo que debo hacer esto” (...) a mi esposo le dije: “yo me encargo”. (Wendy, 2018)

Tenía otro stand más, pero lo dejé porque ya no me cubría, mis ventas no me cubrían el personal entonces tenía que tomar esa decisión de invertir más en mi negocio. (Rocío, 2018)

Tuve que tomar la decisión, de mejorar mis tiempos y mi organización sobre todo cuando uno empieza a formar la empresa (...) decidí estructurar mejor mis tiempos para que el negocio prospere. (Kelly, 2018)

Afrontar obstáculos

A partir de las entrevistas, se evidenció que este grupo de mujeres migrantes emprendedoras ha logrado superar una serie de adversidades personales que justamente dio pie al inicio del negocio; así como superar una serie de obstáculos sobre todo durante el desarrollo del negocio lo que ha permitido sacar adelante a sus familias.

El caso de Elsa es particular pues sufre la pérdida de su esposo, justo en el momento que había iniciado su emprendimiento, además, tenía dos hijos pequeños quienes fueron su motor para superar el duelo.

Mi esposo fallece en el año 96, yo me quedé con dos chiquitos y me vine a trabajar acá, a esta Galería (...) cuando tú te casas, nunca piensas que te vas a quedar viuda (...) los que me dieron fuerzas para enfrentar muchas situaciones, porque sí, hubo muchas situaciones malas ¿no? Mmm fueron mis hijos, ellos fueron el motor de yo emprender y ser la fuerte de la familia porque era la que yo mantenía, mantengo todavía. (Elsa, 2018)

En el caso de Justina, tuvo que enfrentar un accidente trágico donde se quemó la mitad de su cuerpo. En el caso de Wendy, tuvo que enfrentar un tema de salud que, hasta hoy la imposibilita a quedarse por jornadas laborales largas.

Me quemé la cara, me quemé el cuerpo y todo eso, y bueno, un accidente (...) y yo no tenía nada, me daban mis hermanos, amigos, estaban siempre ahí, me daban para mis remedios. (Justina, 2018)

Por otro lado, este grupo de mujeres ha tenido que afrontar obstáculos propios del contexto en Gamarra siendo los más comunes la competencia, los robos, las deudas como lo menciona Wendy “*hay más marcas, hay productos económicos, tenemos que batallar contra la competencia desleal*” e incluso traiciones de socios; siendo esto último un tema común en todas las mujeres.

Nosotros empezamos con la Galería, mi hijo y un socio, pero este socio me traiciona (...), fue un bajón para mí porque era mi amigo (...) ahora solo estamos hijo y yo. (Justina, 2018)

Socios no tengo. Soy única (...) y mis hijos. He tenido malas experiencias. (Elsa, 2018)

Yo antes he trabajado con 7 personas porque ahí 7 cabezas piensan mejor, pero es difícil (...) pero ya no confío (...) te sirve también un poco de experiencia ¿no?, ahora estoy sola con un socio. (Rocío, 2018)

Yo no tengo socio, he escuchado tantas cosas que no me atrevo. Solo estoy mi esposo y yo. (Carmen, 2018)

Pese a ello, evidencian que los han superado de manera positiva, a través de acciones y decisiones. En realidad, la mayoría de problemas que mencionan, no se atribuye una carga negativa, sino se perciben las dificultades como retos y como parte del proceso de aprendizaje.

No fue un n fracaso, pero si digamos una piedra en el camino, fue en el momento en el 2000 que con el tema del chino y todo lo que paso hubo una reestructuración en la SUNAT y la SUNAT empezó a cerrar todo (...) Toledo dio la oportunidad a las empresas de pagar esas deudas de la SUNAT en más de 10 años y muchas empresas se salvaron, muchas se cayeron, nosotros tuvimos la oportunidad de pagar esa deuda recién en el 2010. (Kelly, 2018)

Tuve un bajón por un socio amigo que me traicionó. Y ahí fue donde realmente pones los pies en la tierra y dices “no, esto tiene que seguir adelante” Y ver otras formas cómo salir, innovar, renovar, llamar marcas, salir a ver qué cosa es lo que hay afuera para que tú puedas aplicarlo dentro de lo que tú tienes. (Elsa, 2018)

Es importante resaltar que también se evidencian dificultades de género como el caso de Gladis y Rocío quienes sufrieron violencia de género de parte sus parejas aun cuando estaban viviendo situaciones difíciles. Sin embargo, encontraron formas de superar los obstáculos y desarrollar sus negocios.

sí he tenido agresión verbal de mi esposo, siempre me amenaza (...) hace dos años yo caí delicada de salud, tuve un coma (...) gracias a Dios lo he superado, estuve internada, perdí el conocimiento. Pero mi esposo aún más me machacó, cuando salí del hospital me decía “hay que pagar eso”, “hay que pagar la luz”, cuando él bien podía hacerlo (...) o me decía “seguro te vas a ver a tu marido” (...) Después de cuatro días creo que recién he abierto mis ojos y entonces como que ahí ya le di otro sentido a la vida (...) quiero seguir manteniendo mi negocio y darle lo mejor a mis hijos, pero también quiero yo vivir. Esa siempre ha sido mi idea, mi aspiración y lo he cumplido hasta hoy. (Gladis, 2018)

Resolver problemas

Tienes que estar todo el rato resolviendo problemas (...). Yo creo que la inteligencia está dada no tanto en que tan bueno eres en matemáticas sino en que tan bueno eres en resolver problemas y pensar en soluciones. (Elsa, 2018)

Se encuentra en el discurso de las mujeres entrevistadas formas en como resuelven los problemas durante el desarrollo del negocio así se evidencia temas relacionadas a esta subcategoría como identificar soluciones y aplicar estrategias siendo elementos importantes para resolver problemas respecto al negocio. Esta habilidad de las mujeres, les permite recuperarse rápidamente de los problemas como lo menciona Rocío “*los problemas te maduran, te ponen más fuerte*”. En general, se encuentra en este grupo de mujeres que al momento de comentar sus problemas del negocio suelen vincularlo a alternativas de solución y formas en como lo enfrentaron.

Fui investigada yo por lavado por dos años. Perdí mucho dinero, porque el dinero entraba y salía, entraba y salía ¿no? Tenía bastante ventas. Pero también me decía que no debía caer, tenía experiencia y quería sacar mi negocio adelante. (Justina, 2018)

La columna vertebral de la empresa es brindar soluciones al problema. Cuando yo te brindo una solución entonces está bien, te soluciono tu problema. Entonces vender cosas que no valen la pena o meterse con marcas que no valen en el mercado, al contrario, a un taller de confección le hace mal. Yo quería sacar el negocio adelante (Kelly, 2018)

Así mismo, se encuentra que las mujeres no solo evidencian la capacidad de identificar soluciones sino también tomar la acción sobre todo para resolver el pedido a los clientes, innovar y/o pagar deudas.

Fui buscando yo más clientes y así buscaba yo, con mi propio esfuerzo. (...) trabajaba también conocía a señoras que tenían tiendas en la Virreina, y yo hacía ropa de vestir para damas, entonces en el taller donde trabajaba hacíamos ropa de vestir y sabía los modelos, los tenía pues en la mano y le dije a mi esposo por qué no cortas esas faldas que están de moda largas, media rodilla, tres cuartos, y yo voy y las ofrezco. (Gladis, 2018)

Tuve que salir de un problemón con un terreno. Es que ese terreno yo lo compré, pero es que sin saber porque hay cosas que no sé. Ese terreno estaba hipotecado. Una señora lo quería pagar y me lo iban a quitar, pero yo me fijé mucho con en este terreno porque yo sé que en el futuro va a valer mucho más. Así que junté la platita, así de pocos. (Rocío, 2018)

Nosotros no debemos al banco ni 5mil o 6 mil soles, sino hablamos de 30 mil. Y así sacaba 40 0 50 mil soles que hasta ahora voy pagando con letras. (Justina, 2018)

Respecto a las estrategias, las mujeres utilizan diversas formas para captar clientes a través de tendencias en sus marcas, desarrollar campañas y utilizar las redes sociales.

Tenía que buscar yo más clientes y así buscaba yo, con mi propio esfuerzo. (...) Por ejemplo, en navidad hago unas bolsas especiales, no tengo acá ni una, pero hago unas bolsas, así como las que regala platanitos, esas, pero le pongo “Confecciones Gladis”, todo mi cherry pues. (Gladis, 2018)

Por ejemplo, tenía que dar campañas navideñas y para eso teníamos que prepararnos desde octubre viendo soluciones. Octubre, noviembre, porque diciembre es todo. (Elsa, 218)

Teníamos que entrar al mundo de las redes sociales, y ahora ya estoy entendiéndolo más, del tema de hasta Fan Page lo sé, es más hace dos semanas me han robado la página de Fan Page y he tenido que hacer una denuncia, porque sé quién fue, me estuvieron chantajeando de que les deposite un dinero, perdimos los 6.000 seguidores que teníamos, ahorita estamos reflotando nuevamente. (Wendy, 2018)

Ver formas de cómo salir, innovar, renovar, llamar marcas, salir a ver qué cosa es lo que hay afuera para que tú puedas aplicarlo dentro de lo que tú tienes. (Carmen, 2018)

Hacer sacrificios

En el discurso de las mujeres, se encuentra que todos los esfuerzos que ellas realizan a favor del negocio fueron para dar mejores comodidades a la familia, en especial, a los hijos.

Me levantaba a las 5 de la mañana, llegaba 8, 9, 10 de la noche a la casa, entonces él (su hijo) ha visto mi sacrificio. (Justina, 2016)

Así, durante el desarrollo del negocio tuvieron que realizar diversos esfuerzos para conseguir las metas del negocio como ahorrar dinero y madrugar para terminar trabajos.

Como siempre, se hacen sacrificios (...) pero yo creo te puedo decir que no siento como algo malo, al contrario, se hace y se hace, hay cosas que no me gusta hacer, pero las tengo que hacer, pero todo sea por un fin. (Kelly, 2018)

Comienzo a comprar mercadería, vendía, gastaba lo necesario, me iba a dormir y otra vuelta a trabajar. Así y así hasta que iba subiendo, subiendo, subiendo. No es nada imposible ¿no? O sea, no es nada de fuera del otro mundo, o sea la gente dice que es muy difícil, y dicen: "Ay, ¿cuánto me va a costar?". (Carmen, 2018)

En base a este arduo esfuerzo de este grupo de mujeres, sus negocios fueron siendo más rentables y es ahora que ven los frutos del mismo.

Todo lo he conseguido más en 5 años (...) he puesto todo de mi esfuerzo (...) en algún momento pasó algo en mi vida en el cual entendí que si hay algo que yo le pongo todas las ganas y que yo me lo creo, yo me lo consigo y veo mis frutos (...). Si tú vas a mi casa yo he dado todas las comodidades a mis hijos, por ejemplo, cada uno de mis hijos tiene su buena pantalla, tiene su buena cama, tienen todas las comodidades que yo de chiquita no he tenido (...) y he tenido que sacar muchos sacrificios (Wendy, 2018)

Iniciativa

Se evidencia en el grupo de mujeres no solo la forma en cómo resuelven los problemas o toman decisiones, sino su capacidad de tomar iniciativas siendo una subcategoría transversal encontrada a partir del análisis del "Yo puedo", como en el caso de Gladis.

Ya en mi negocio, comencé a surtir más y más y yo ponía confecciones, siempre ponía confecciones y hasta que de repente poco a poco me di cuenta que ahí había un nicho, que eran los uniformes que eran una debilidad en este mercado (...). Yo fui la primera que empezó a poner insignias bordadas, entonces ese fue mi plus para que la gente comience a correr a mi puesto, porque antes eran las insignias acéticas. (Gladis, 2018)

Es interesante como las mujeres identifican oportunidades no solo en el desarrollo de sus negocios, sino en otros rubros; es decir, están en constante búsqueda y crecimiento como empresarias.

Siempre van a haber negocios que van a salir y van a quedar, es más yo te digo yo tengo ahorita no solamente este negocio, sino que actúo con otros negocios más, me meto a ver otras cosas. (Kelly, 2018)

Hay un negocio de emprendimiento del domingo de ramos, por ejemplo, se venden los ramos, entonces yo qué hago, hay es un buen ingreso, en un día te puedes ganar 1000 soles en un día (...). (Gladis, 2018)

Trazarse metas

Este grupo de mujeres se traza diversas metas en relación al negocio y además persisten para alcanzarlas, siendo un tema transversal a lo largo del desarrollo el negocio. Así, el trabajo se ha vuelto parte importante de sus vidas y las metas giran alrededor del mismo abriéndoles muchos caminos para mejorar su economía y crecer a nivel personal. Esta subcategoría se relaciona al negocio en cuanto a mejorar las ventas y a posicionarse en el mercado.

sí así, hasta que me he ido posicionando en el mercado, porque una de mis metas era posicionamiento, y ya he logrado un posicionamiento ahí donde estoy en ese mercado. Ya he hecho (...) son 20 años pues, de lucha, de constancia, y he hecho ya un posicionamiento de nombre, de imagen. (Gladis, 2018)

Mirar las marcas nuevas que hay hoy. ¿Ahorita cuáles son las marcas nuevas que hay en el mercado? Son las marcas urbanas, ¿no? Son gente joven que está saliendo de flote y nuestra meta es ir por ahí para mejorar las ventas. (Justina, 2018)

Ser persistentes

Se evidencia en este grupo de mujeres, una alta persistencia por cumplir sus metas. Así, tiene una orientación a resolver problemas a través de diversas estrategias, atribuyendo el funcionamiento del negocio a sus habilidades de persistir a pesar de las dificultades aprendiendo de las caídas y de los errores.

Yo era ambulante (...) y después de ahí caminaba así hasta que me posicioné en un solo sitio (...) ahora tengo un negocio y así me voy colocando metas en la vida. (Justina, 2016)

Ante la perseverancia, ante, lo que puedo tener, lo que ya saben, las adversidades que he tenido, que tengo, que paso, las caídas que he tenido, y cómo de alguna forma nos levantamos ¿no? (Wendy, 2018)

La mejor habilidad es la fortaleza y persistencia que tengo, tengo bastante. Otra habilidad es que mmm no me gusta quedarme atrás. Y si alguien me reta a algo yo lo puedo hacer mejor. (Elsa, 2018)

Lo que pasa es que siempre va a ocurrir algo entre comillas malo, o algo que te pueda deprimir (...), pero no por eso me decaigo (...) siempre veo el contrario, como le puedo sacar algo positivo. (Rocío, 2018)

Mi pasión es mi negocio, mi pasión, mi vida, mi cliente, mi negocio y siempre mantenerme y persistente en esto (...) se aprende bastante. Aprendimos que la mejor manera de poder progresa es fracasando. (Wendy, 2018)

Aprender

Es interesante que las mujeres entrevistadas dan cuenta de que todos los conocimientos y experiencia adquiridos durante el desarrollo del negocio fue a través de la práctica. Como menciona Wendy y Elsa *“Yo fui a la Universidad de la calle”*. De esta forma, aprenden haciendo, aprender de otras personas y aprenden de los errores

Aprendí empíricamente, en la calle, la necesidad. Entonces algunas faldas yo le decía, mira un small debe tener 1-80 en la cintura, de caderas más o menos un 96 y largo 60, 65 y así. (Gladis, 2018)

Ahora veo que capacitan bastante a los colaboradores y eso, pero mi experiencia ha sido bien práctica; pensaba en mis hijos y tenía que hacer. (Rocío, 2018)

Esta subcategoría se considera como un tema transversal en el grupo de mujeres quienes evidencian su negocio como un proceso de aprendizaje donde han aprendido de la experiencia, de los errores y de las caídas. Así mismo, también manifiestan sus deseos de seguir aprendiendo temas más relacionados al negocio.

Quisiera aprender más sobre control de calidad, procesos, todo eso, esa es mi meta seguir aprendiendo y tener más ordenado. (Gladis, 2018)

Ser autoeficaces

La autoeficacia se percibe como todas las posibilidades de éxito que la mujer reconoce en sí misma. De esta manera, en este grupo de mujeres son los juicios de valor que atribuyen a los problemas y que las lleva a tomar acciones, hacer sacrificios e identificar oportunidades de crecimiento. Es interesante la percepción que tienen antes las dificultades durante el desarrollo del negocio atribuyendo comentarios positivos para afrontar cualquier demanda propia de la actividad laboral y cumplir las metas.

bueno yo creo que son etapas ¿no? Y si ha habido de repente alguna oportunidad que tuve un bajón ¿no? Pero fue por una...justamente por socios, pero me recuperé pronto, pues no tenía otra cosa más que hacer. Y ahí fue donde realmente pones los pies en la tierra y dices “no, esto tiene que seguir adelante” (Elsa, 2018)

Tiene que salir adelante, salir de las adversidades (...) si ocurre algo que para cualquier puede ser negativo o malo, hay que ver lo positivo que no dé. (Wendy, 2018)

Siempre he sido fuerte a los problemas (...) porque siempre seguía adelante (...) si me caía me levantaba, me caía me levantaba, o sea yo no necesitaba que alguien me de consejos (...). Hay alguien que siempre me dice: “Levántate, apúrate, haz, resuelve”, no soy una persona de estar sentada, no podría, no soy (...). Hay gente que viene y me dice “no, no puedo” Yo les digo eso es mentira, no es que no puedes, es diferente no querer. O sea querer, la voluntad, eso te lleva afrontar más rápido los problemas. (Justina, 2018)

Para los negocios, tienes que tener una mentalidad positiva. (Rocío, 2018)

Encontrar a personas que las ayuden

Encontrar a personas que las ayudan es un tema transversal a lo largo del estudio, pues mientras en la primera es un dinamizador para el negocio, su red de contactos les queda para poder resolver algunas dificultades.

Me reunía con varios comerciantes, así en su mercadería, yo veía, preguntaba y ellos me ayudaban. Preguntaba bastante ¿pero por qué no le pones más así? (Carmen, 2018)

Fue la clienta la que comenzó a correr la voz, ella me ayudó a ir de boca a boca diciendo que yo tenía insignias bordadas. De pronto, venían a preguntar “¿Señora tiene la camisa con la insignia bordada?”. (Gladis, 2018)

Así también se encuentra que la familia extensa cumplió también un papel fundamental en el desarrollo del negocio como en el caso de Carmen.

Mi suegra me apoyaba con él bebé, y el mmm, mi esposo trabajaba (...) Se levantaba a las 4 de la mañana, cortaba todo, dejaba para que cosan y se venía al local.

En línea generales, respecto a esta fuente se evidencia, en el grupo de mujeres, una tendencia a exigirse, superar las dificultades propias del negocio y ponerse metas cada vez más exigentes. Así, muestran autoeficacia con los problemas pues los perciben como retos lo cuales deben solucionar de manera inmediata tomando iniciativas, identificando oportunidades y aprendiendo. Estas habilidades son características que ellas identifican en sí mismas para sacar adelante el negocio, de tal manera se encuentran comentarios comunes como *“si se puede”*, *“salir adelante”*, *“perseverancia”*, *“tenía que tomar la decisión”*, *“surgir”*, *“sacrificar”*.

Por más dificultades que tengamos, por más problemas que podamos tener, por más adversidad que tengamos, somos así. Esa es la fortaleza que tenemos. (Wendy, 2018)

¿Problemas? Más que problemas yo los veo como retos (...) los cuento a mi almohada (risas) y a Dios. (Carmen, 2018)

4.3.3 Fortalezas internas (Yo soy)

En base al análisis de las entrevistas, se hallaron subcategorías relacionadas a las fortalezas internas que se vinculan mayormente al mantenimiento del negocio y al crecimiento a nivel personal en este grupo de mujeres.

La autoestima es muy importante cuando uno es emprendedor. Si tienes la autoestima muy baja, es como que todo te da miedo y no crecer. Tienes que ser fuerte, cumplir tus metas y quererte a ti misma. (Gladis, 2018)

Responsable

Como se mencionó, salir adelante por los hijos fue la principal motivación en este grupo de mujeres a excepción de Kelly que su impulso fueron sus deseos de ser independiente. Así, la necesidad las obligó a iniciar el negocio y generar ingresos económicos que se tradujeron en mejoras sobre todo orientadas a los hijos e hijas. Las mujeres evidencian que fueron ellas

quienes cumplieron con estas responsabilidades siendo las encargadas del cuidado de los hijos y proveedoras del hogar.

Cuando estás en la universidad a lo mucho lo que te responsabilizas es por sacar tus notas, pero después cuando tienes responsabilidades no solamente de una cosa, sino de otra, de una casa, de tus hijos, de tu familia, de tu esposo, de la empresa, de los estados financieros de las ventas, de la gente, de las mismas personas porque tú ya eres responsable de ellas, yo creo que eso te hace crecer mucho. (Kelly, 2018)

Mis hijos fueron el motor de yo emprender y ser la fuerte de la familia porque era la que yo mantenía, mantengo todavía. (Elsa, 2018)

Así también, demuestran ser responsables con su negocio, en especial, con los clientes y con las deudas que deben cumplir a los bancos.

Yo no puedo cerrar mi trabajo porque primero, tengo la responsabilidad de pagar al banco esos 40 mil que te digo que he sacado recién hace tres meses en julio. (Gladis, 2018)

Yo de repente puedo estar un día sin dinero, de repente me puedo sentir bien agotada (...) pero de ahí no, no, no ya estoy en mi cama ya despierta en la madrugada estoy pensando que cosas puedo hacer, que cosa voy a hacer mañana, entonces tengo que salir tengo que hacer algo.

Comunicación

Para este grupo de mujeres lo principal en un negocio son los clientes. Un valor que destacan en ellas mismas es que ser extrovertidas y comunicadoras les ha permitido entablar buenos vínculos con los clientes como lo menciona Gladis “*el cliente es primero*”. Para ellas, es muy importante escuchar a sus clientes y responder a sus necesidades como en el caso de Rocío.

Veo los gustos de todos mis clientes (...) a veces me dicen “señora ¿por qué no saca tal modelo de tela?, entonces voy entendiendo y ya sé para la próxima (...) ya sé qué es lo que quiero. Y si escucho de 3 o más personas más, entonces ya sé qué es, porque lo están buscando. Y eso es porque lo han visto en otro lado, entonces hay que aplicarlo ya en el negocio, eso me gusta hacer. (Rocío, 2018)

Además, por las mismas circunstancias, hicieron uso de estrategias justamente para captar y mantener a sus clientes como campañas escolares, pasearse por las galerías, usar las redes

sociales. Son expertas en las ventas, así animan a su clientela a que compren más modelos ofreciendo modelos innovadores.

Mostrar tu buena cara, enseñar lo que tienes para ofrecer, pero no cansarlo porque hay gente que te cansa, cuando vas a comprar ¿no?, pero llegar a ellos, sí, yo creo que he tenido suerte de llegar a ellos. Y creo que por eso es que yo salí rápido de ser ambulante. (Carmen, 2018)

O sea que para el negocio tienes que ser, eh, puede que te compren o no, pero a tu cliente tienes que tratarlo de lo mejor, vincularte y escuchar sus necesidades. (Justina, 2018)

Orientada al logro

Es interesante identificar en este grupo de mujeres como sus negocios les ha permitido cumplir no solo metas de la propia actividad empresarial, sino cumplir sus sueños personales como comprar una casa y/o carro, pagar los estudios a sus hijos, estudiar y/o invertir en otros rubros. Así, este grupo de mujeres evidencian una orientación y compromiso con el logro.

yo quería comprarme un carro en este momento, y dije: "No, esto puede esperar, mi hijo esta pequeño" (...) así que esperé tener un poco más de capital, crecer un poco más (...) y a los 26 ya me pude comprar mi carro. (Rocío, 2018)

Yo decía "yo voy a tener una casa así", mmm y ahora tengo una casa de campo (...) todo se puede, con trabajo y perseverancia. (Justina, 2018)

Yo decía "yo algún día voy a tener esto, algún día voy a tener el otro" (...) y me proponía pues, yo sé que lo voy a lograr y así he logrado. (Carmen, 2018)

Motivación

Este grupo de mujeres evidencia en sus historias una fuerza interna en salir adelante y como se ha mantenido a lo largo del proceso del emprendimiento sobre todo en relación a cubrir las necesidades de sus hijos. En ese sentido, se considera esta subcategoría como parte de las fortalezas internas en este grupo de mujeres que manifiestan comentarios como *"el motor fueron mis hijos"*, *"tenía que salir adelante"* *"mis hijos estaban pequeños y tenía necesidad"*, *"quería mejores oportunidades para mis hijos"*. Así mismo, evidencian una motivación en aprender de sus experiencias y de las dificultades como parte del negocio.

Hay muchas mujeres aquí en Gamarra que han salido adelante porque buscan sobresalir o quieren bienestar en su hogar. (Rocío, 2018)

Para el negocio se requiere de mucha determinación y conciencia de lo que uno hace, por qué hago lo que hago (...) cuando te aparece una dificultad recuerdas eso. (Kelly, 2018)

Esta motivación y fuerza interna, también las impulsa a mejorar sus conocimientos en los negocios a través de capacitaciones del estado o diplomados lo que les ha permitido crecer a nivel personal. Así han aprendido a valorarse y tener mayor confianza en sí mismas, lo que se traduce en ganas de seguir aprendiendo, pues, se reconocen como personas con capacidades.

Me parece que el conocimiento te da el poder y te da la seguridad, yo antes a veces mi esposo me decía estúpida, tonta, y (...) lloraba, no tenía esa capacidad de pararme y decirle “¡ey! por qué me dices así”, no tenía o sea no llegaba. Ahora ya no es así. (Gladis, 2018)

Creyente en Dios

Finalmente, dos mujeres perciben que la fe y la espiritualidad le has permitido también desarrollar sus negocios. Antes situaciones difíciles, con frecuencia las personas recurren a la creencia de un ser superior, y así encuentran un significado a lo que están viviendo y obtienen la fortaleza para seguir luchando. En el caso de Rocío y Carmen mencionan que la fe y ser creyentes les ha ayudado mucho en conseguir y lograr sus sueños. La religión y en general la espiritualidad es un importante factor protector para enfrentar dificultades. Se observa así, que las mujeres recurren a su creencia, es decir, en Dios, para encontrar un sentido a lo que están viviendo y obtiene fortaleza para seguir luchando.

Gracias a Dios siempre todo he podido solucionar. (Rocío, 2018)

5. DISCUSIÓN

Resiliencia se deriva del latín resilio – resilere término que proviene de las ciencias físicas (Grotberg, 2009), y su concepto refiere a que la capacidad de creer en uno mismo y la autoconfianza permiten sobreponerse a los tropiezos y adversidades de la vida (Cejudo, Lopez, & Rubio, 2016). Así se concibe como un proceso de construcción social en donde intervienen características personales, así como variables del entorno (Madariaga, 2014). El objetivo de la

presente investigación fue analizar las fuentes externas e internas de la resiliencia en un grupo de Mujeres migrantes Emprendedoras del Emporio de Gamarra.

El interés por estudiar a la mujer migrante emprendedora surge a raíz de analizar el Reporte Global de Emprendimiento (GEM, 2017) donde se encontró que cuatro países: China, Tailandia, Perú e Indonesia; registraron cifras de emprendimiento más altas (Sánchez, 2010) y, específicamente en nuestro país, la actividad emprendedora entre las mujeres aumentó en un 10%. A partir de esta observación, surge la inquietud sobre qué fuentes de la resiliencia están contribuyendo a que exista esta tasa similar, sobre todo en el sector de la micro y pequeña empresa, a pesar de que las condiciones del mercado laboral sugieren la existencia de desigualdades por género analizadas en el marco teórico, y además se reporta que las mujeres empresarias en el Perú enfrentan mayores obstáculos que los hombres frente a la actividad empresarial (Avolio, 2008). El estudio de Maniyalath y Narendran (2016), ha establecido que las mujeres tienen que enfrentarse a más dificultades que los hombres en los negocios con respecto a factores financieros, destrezas directivas y saber manejar un equilibrio entre las responsabilidades que la mujer tiene con su familia.

Por otro lado, resulta interesante relacionar el contexto en el que se han desenvuelto este grupo de mujeres empresarias siendo el Emporio de Gamarra la cuna para buscar mejores oportunidades y emprender. Muchas de ellas migraron a la capital sin lograr terminar la secundaria, se iniciaron como vendedoras ambulantes y actualmente son dueñas de Galerías y/o tiendas. Una característica de la cultura andina que posibilita la inserción en la ciudad es justamente la motivación de salir adelante pese a las dificultades (Adams y Valdivia, 1994). Un estudio de Carrasco (2017) identifica que la predisposición de las mujeres en Gamarra es significativo y loable ya que con una cantidad limitada de recursos logra obtener una mayor cantidad de productos, relacionando la productividad de la presencia femenina con rendimiento.

Muchas mujeres que ahora son empresarias y que tienen tienda propia o son dueñas de galería llegaron aquí a Gamarra como vendedoras, ayudantes o ambulantes. No invirtieron mucho, comenzaron con un capital de 500 soles, y poco a poco, con mucho esfuerzo, han logrado independizarse y aprovechar las oportunidades, incluso más rápido que los hombres. (Saldaña, 2018)

La investigación siguió una metodología cualitativa de estudio de caso en base a los testimonios de siete mujeres migrantes emprendedoras. La transcripción literal de las entrevistas semi estructuradas realizadas, el análisis temático permitió organizar las fuentes externas e internas

de la resiliencia en un grupo de mujeres emprendedoras. En términos generales, la historia de este grupo de mujeres migrantes está marcada por situaciones de superación donde las fuentes externas e internas juegan un rol importante para la formación, desarrollo y mantenimiento del negocio propio. Lamas (2000), menciona que es importante atender cómo determinados factores protectores operan en las respuestas de las personas frente a situaciones difíciles y adversas. Por lo cual, es necesario tener en cuenta cuál es el significado que la persona otorga a la adversidad, y cómo la familia, el entorno, las herramientas personales y la cultura colocan alrededor de la persona recursos que le permitirán retomar un tipo de desarrollo (De León, 2013). Por su parte, Rutter (1991), concluye que las fuentes de protección radican en la manera cómo las personas enfrentan los cambios de la vida y lo que hacen respecto a eventos estresantes. Justamente, en este grupo de mujeres, se encuentra que el proceso para iniciar el negocio propio responde a diversas circunstancias en sus vidas desde migrar a la capital en búsqueda de mejores oportunidades hasta una necesidad (sacar adelante a los hijos) que las impulsa a iniciar el emprendimiento y donde despliegan una serie de recursos, habilidades y fortalezas que les ha permitido, hasta el día de hoy, mantener su negocio propio.

Muchas mujeres inician el emprendimiento, como una ayuda (...) quieren sobresalir y bienestar en sus hogares. (Gladis, 2918)

El estudio partió de tres categorías: las fuentes de soporte externo relacionadas al ambiente que dan respuesta a las características de la persona (familia, comunidad., etc.), las fuentes de habilidades sociales y resolución de problemas que son conductas adquiridas en la interacción social y en el manejo de los problemas; y, por último, las fortalezas internas propias de la personalidad de la mujer empresaria. Todas estas fueron determinantes en diferentes momentos del emprendimiento y que, finalmente, resultó en un impacto positivo en la vida de este grupo de mujeres.

Si bien las fuentes de la resiliencia encontradas en este grupo de mujeres no son independientes uno del otro, sino que están relacionadas de tal manera que los recursos sociales fortalecen los recursos personales; en el análisis se encuentra que las características del “Yo tengo” se relacionan, en su mayoría, al inicio del negocio; el “Yo puedo” al desarrollo del negocio; y el “Yo soy” a las fortalezas internas que les ha permitido mantener su emprendimiento. Es importante recalcar que en sus historias también se encuentran relatos de como ellas han superado diversas dificultades desde migrar a la capital en busca de mejores oportunidades hasta sufrir duelos, agresión verbal, accidentes; o dificultades propias del negocio

(competencia, robos, deslealtad, deudas). Dichas dificultades no fueron condicionantes para que no pueden tener un desarrollo positivo en sus vidas; sino todo lo contrario, fueron motivos para ir en búsqueda de mejores oportunidades y salir adelante. Así el éxito en este grupo de mujeres no refiere a una guía o una receta, sino siempre están enfrentando constantes retos y cambios para superar cualquier dificultad respecto al negocio.

Respecto al inicio de la actividad empresarial, existen diversos estudios centrados en describir la motivación de las mujeres empresarias por iniciar un negocio. Sin embargo, como señala Hughes (2006) el debate en estos estudios consiste en el rol de la elección vs las circunstancias; es decir hasta qué punto las mujeres han sido empujadas o atraídas hacia el emprendimiento. En el estudio de la motivación humana, se distinguen cuatro fuentes de motivación, estos son: los motivos internos (necesidades, cognición y emociones) y los eventos externos. Reeve (2001) señala que los motivos son experiencias internas que dan energía y dirección a la conducta humana mientras que los eventos son incentivos del contexto que llevan al individuo a realizar o no ciertas conductas. En ese sentido, en el caso de este grupo de mujeres se encuentra que tanto los motivos internos como los eventos externos impulsa la necesidad de iniciar un negocio propio.

En un estudio sobre el perfil de mujeres empresarias en el Perú Avolio (2008) distingue entre circunstancias (económicas, laborales, familiares y personales) y motivos para iniciar la actividad empresarial, siendo las primeras de origen extrínseco mientras que los últimos persisten en el tiempo. En la historia de las mujeres se evidencia circunstancias personales a través de un suceso significativo que marca sus vidas como económicas como el obtener mejores recursos para sus hijos, así también motivos de superación y deseos de ser independiente.

Por otro lado, tres principales fuentes influyen en la decisión de convertirse en empresarias, las cuales fueron: (a) la experiencia previa (b) modelo parental que fomenta el emprendimiento (c) personas cercanas que las ayudan e impulsan en la actividad inicial.

En primer lugar, cuando migraron a la capital, algunas se iniciaron trabajando como ambulantes en el mismo Gamarra o como vendedoras en el mercado central. Tal como señala García y Jiménez (2012), la experiencia laboral previa afecta el crecimiento de la empresa e influye en el proceso de creación. Además de la experiencia adquirida, les permitió tener un ahorro para luego identificar oportunidades de invertir en Gamarra. El ahorro de dinero es una característica

que en los Andes es fundamental para sobrevivir y que al transferirse a la ciudad ayudan a convertir a un migrante sin capital en un pequeño o mediano empresario. (Adams y Valdivia, 1994).

En segundo lugar, todas provienen de familias donde alguno de los familiares ha tenido una historia de negocio o ha fomentado el emprendimiento en este grupo de mujeres. Dyer y Handler (1994) afirman que el modelo parental alienta la conducta empresarial. Así mismo, si los familiares tuviesen un negocio, favorecería el inicio de la propia empresa como en el caso de Wendy que sus padres tenían una empresa de mecánica. Por su parte, el modelo parental proviene de las historias de Elsa, Rocío y Gladis quienes recuerdan que desde muy pequeñas sus padres promovieron e incentivaron una conducta para los negocios.

En tercer lugar, se encuentra la existencia de personas cercanas que impulsan a este grupo de mujeres a iniciar el emprendimiento. Así, se encuentra que la forma como las mujeres financian sus emprendimientos es través de medios familiares (Lopez, 2007), sobre todo de los esposos, así como de los ahorros que ellas tenían. De esta manera, para establecer el negocio, este grupo de mujeres recurre a sus vínculos familiares más cercanos quienes juegan un papel importante en el inicio del negocio (Morales, 2016). El estudio realizado por Adams y Valdivia (1994) demuestra que la existencia de vínculos familiares y de paisanos es fundamental sobre todo para la primera parte de formación de la empresa, ya que las redes los ayudan a conseguir capital. Por su parte, Anderson, Jack y Drakopoulou (2005) encontraron que el apoyo familiar se ve reflejado en la identificación de oportunidades y especialmente en la ayuda financiera. Así mismo, es importante señalar que las mujeres también recurrieron a la familia extensa para recurrir al cuidado de los hijos cuando estos estaban pequeños. Actualmente, las mujeres recurren a sus hijos quienes participan en actividades del negocio como diseño y redes sociales.

Por otro lado, otra fuente externa importante en la historia de las mujeres fue el acceso a los servicios del estado que les ha permitido, a través de cursos y talleres, ampliar sus conocimientos sobre los negocios, así como sentirse más valoradas. Ellas aprovechan los beneficios de las organizaciones civiles como “Acción Emprendedora”; sin embargo, es necesario señalar que no en todos los casos las mujeres empresarias acuden a algún programa o entidad del Estado, esto debido al desconocimiento de los servicios ofrecidos por el gobierno.

Respecto al “Yo puedo” y al “Yo soy” refiere a las características más personales en este grupo de mujeres emprendedoras. Si bien se identifican al comportamiento de las emprendedoras

ciertas influencias del ambiente externo que tiene efecto en su decisión de emprender, también deben considerarse las habilidades y los rasgos de la personalidad que presentan estas mujeres y que pueden ser determinantes importantes del comportamiento de un emprendedor.

Sobre el desarrollo del negocio (Yo puedo), si bien no existe un acuerdo sobre las habilidades que permite el desarrollo del emprendimiento, se puede apreciar que existen características claves que han logrado diferenciar a este grupo de mujeres migrantes emprendedoras como tomar decisiones, afrontar obstáculos, resolver problemas, hacer sacrificios, trazar metas y ser persistentes. Todas estas habilidades les han permitido hacer frente a las dificultades propias del desarrollo del negocio como la competencia, las deudas incluso traiciones de socios amigos; así como, eventos personales (duelos, accidentes, etc.) y de género como agresión psicológica.

Así también, las decisiones y las metas se han enfocado en particular a mejorar las ventas y hacer cambios en beneficio del negocio como invertir, comprar otro local o exportar al mercado nacional como internacional. Por su parte, es interesante recalcar que este grupo de mujeres suele identificar soluciones inmediatas cuando se trata resolver los problemas, sobre todo, para captar clientes aplicando diversas estrategias que permita superar la dificultad a través de campañas, uso de redes sociales o innovaciones (tendencias), también suelen recurrir a la red de contactos como los amigos quienes ayudan con un proceso particular del negocio.

Respecto a los sacrificios realizados se encuentra que muchas de estas mujeres han tenido que trabajar jornadas largas y ahorrar dinero para poder sostener el negocio y cumplir con las obligaciones familiares que se traducen en mejores oportunidades para sus hijos como estudios y comodidades. Así refieren que las metas alcanzadas actualmente tanto personales (tener una casa o un carro) como del negocio se deben a la persistencia la cual se relaciona con la capacidad de aprender a pesar de las caídas o errores.

Un estudio realizado por la Cámara de Málaga (2017) quienes analizan 55 historias de emprendedores determinan que es posible mencionar algunas cualidades que deberían estar presentes en las habilidades de todo emprendedor, así algunas de ellas coinciden con los hallazgos encontrados en la historia de las mujeres emprendedoras como es la persistencia, identificar soluciones y trazarse metas. Por su parte, Schemerhorn (1984) define a un emprendedor como una persona que toma riesgos, que encuentra oportunidades y que resuelve problemas; siendo características también encontradas en este grupo de mujeres. Sánchez (2010) menciona que estas cualidades son rasgos característicos que los persuaden a actuar de

manera emprendedora así menciona algunos como el riesgo, proactividad y la autoeficacia. Cabe mencionar que este grupo de mujeres empresarias no suele relacionar su emprendimiento al éxito, pues manifiestan estar en constantes retos, un momento pueden estar en caídas, deudas o pérdidas; pero siempre significativa una motivación para resolver y salir adelante. Así mismo, como se mencionó son mujeres que la mayoría de su vida se ha dedicado a trabajar incluso cumpliendo el rol de madres pues buscan darle mejor calidad de vida a sus hijos.

Por otro parte, en base al análisis de las entrevistas, se identifican subcategorías particulares al “Yo puedo” como es la iniciativa, la autoeficacia y el aprendizaje. Respecto a la primera se encuentra que las mujeres identifican oportunidades de negocio también en otros rubros lo que les permite aumentar su capital e ingresos, esto se puede relacionar con los rasgos andinos de este grupo de mujeres quienes su obstinación de salir adelante las motiva a identificar otros trabajos que les permita mejorar su capital (Adams y Valdivia, 1994). Respecto a la segunda, se refiere a la manera como este grupo de mujeres perciben los problemas lo que se relaciona a su capacidad de poder superarlos pues tienden a atribuir una mentalidad positiva ante los problemas percibidos como retos, desafíos u oportunidades de aprendizaje. Stolz (2003), refiere que la manera como se perciben los problemas mayores será su potencial para resolverlos.

Se evidencia que la autoeficacia es uno de las fuentes transversales que explica el comportamiento empresarial en este grupo de mujeres. Así es un constructo que determina lo que cree una persona en relación a su capacidad para desempeñar con éxito una actividad (McGee et al., 2009). Bandura (1977) quien introdujo el término autoeficacia, la define como la creencia en las propias capacidades para movilizar los recursos cognitivos, la motivación y los cursos de acción requeridos para afrontar las demandas de la tarea.

Respecto al aprendizaje, se evidencia en el discurso de las mujeres que todas han superado los desafíos de desarrollar el negocio aprendiendo sobre la práctica (empíricamente), de los errores, de las caídas y de otras personas. Pérez Gómez (1988) lo define como un conjunto de procesos subjetivos que realiza el sujeto para captar, incorporar, retener y utilizar favorablemente la información recibe en constante intercambio e interacción con su medio.

Respecto al mantenimiento del negocio, es necesario considerar las fuentes “Yo soy” que les han permitido mantener el comportamiento emprendedor hasta la actualidad siendo ser creyente en Dios, responsables, orientadas al logro y motivadas; las fortalezas internas en este grupo de mujeres empresarias.

En primer lugar, la fe y la espiritualidad le has permitido también desarrollar sus negocios. Para Dubreuil (2011) la capacidad para encontrar un sentido a la vida se relaciona con la espiritualidad. Antes situaciones difíciles, con frecuencia las personas recurren a la creencia de un ser superior, y así encuentran un significado a lo que están viviendo y obtienen la fortaleza para seguir luchando.

En segundo lugar, diversas investigaciones, han analizado la personalidad de los emprendedores coincidiendo en que existe ciertas fortalezas psicológicas que los caracterizan (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996). Uno de los pocos estudios fue realizado por McClelland (1961), quien evidencia que las personas emprendedoras tienen una gran necesidad de logro y de cumplir objetivos. Por su parte, Caldas, Carrión, R. y Heras (2009), comentan que el emprendimiento no significa sólo tomar la iniciativa o decisiones, sino también asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan, decidiendo en cada momento los objetivos y cómo se pueden lograr.

Así se encuentra que la orientación al logro y la motivación van de la mano (Soto, 2016). En el discurso de las mujeres empresarias, se evidencia motivaciones intrínsecas durante todo el proceso del emprendimiento siendo el impulso que les permite salir adelante y orientarse a cumplir las metas no solo del negocio sino aquellas orientadas a las necesidades de los hijos e hijas; incluido los sueños personales como lograr comprarse una casa o un carro. Pacheco & Pablo (2005), afirman que la motivación es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento hasta alcanzar la meta y objetivo deseado. Son procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguirla (Robbins, 2004). Un estudio sobre el perfil motivacional venezolano, encontró que al definir las características de la persona motivada (tendencia al éxito, fijación de metas) y compararlas con un emprendedor, ambas presentaron patrones de comportamiento similares (Tzamal, 2014). Así mismo, esta motivación también la impulsa a crecer como personas aprovechando las oportunidades de cursos y talleres que ofrece el estado. Esto no solo les ha permitido ampliar sus conocimientos sino a tener mayor confianza y estima personal, lo que se traduce en ganas de seguir aprendiendo, pues, se reconocen como personas con capacidades.

Por otro parte, en base al análisis de las entrevistas, se identifican una subcategoría del “Yo soy” específica en este grupo de mujeres el cual les ha permitido tener una cartera amplia de clientes, así como posicionarse en Gamarra. Así, las mujeres evidencian que la comunicación en relación a establecer vínculos de confianza con los clientes es clave para el fortalecimiento

del negocio (Abad,2016). Para ello, utilizan diversas estrategias de marketing y campañas para lograr los objetivos (Huayhua & Quincho, 2017). También comentan que es importante encontrar oportunidades y espacios para escuchar y descubrir las necesidades de los clientes.

En el presente estudio, se encuentra que tanto las fuentes externas como internas de las mujeres empresarias entrevistadas son las que les permite desarrollar la actividad empresarial y hacer crecer su negocio. A partir de las fuentes del “Yo tengo”, “Yo puedo” y “Yo soy”, se encuentra como resultado mujeres emprendedoras con historias de superación que han afrontado diversas situaciones difíciles como parte de la actividad empresarial, pero que buscan salir adelante aprendiendo de la experiencia y de los errores, siendo la motivación externa e interna los principales impulsores de la actividad empresarial. Así también se evidencia un set de habilidades y fortalezas donde rige una mentalidad positiva ante situaciones problemáticas y a las posibilidades de siempre salir adelante, como lo menciona Stolz (2003), no todos los empresarios toman una actitud positiva antes los eventos desfavorables; muchos tienden a fracasar de forma reiterada.

Por otro lado, estas tres fuentes “Yo tengo”, “Yo puedo” y “Yo soy”, permiten analizar las condiciones necesarias en la actividad empresarial, particularmente, en el Emporio de Gamarra. Se identifica que tanto las fuentes externas como las características individuales de este grupo de mujeres impactan en el inicio, desarrollo y mantenimiento del negocio; sin embargo, no se puede generalizar un perfil de este grupo de mujeres ya que cada experiencia de vida y características personales son diferentes entre sí. Lo que si es importante es recalcar que este espíritu emprendedor de las mujeres es sumamente importante para el desarrollo social pues las emprendedoras contribuyen considerablemente al crecimiento económico y la reducción de pobreza en el mundo, siendo esencial analizar cómo las mujeres siguen emprendimiento y desarrollando empresas a pesar de los obstáculos (GEM, 2017) como lo menciona Kelly *“una de las cosas que te digo que tiene aquí en Gamarra es que se acciona, las mujeres buscamos formas de superar cualquier dificultad”*. Así, los resultados expuestos permiten una mayor comprensión de las fuentes de la resiliencia determinantes en el proceso de emprendimiento en un grupo de mujeres migrantes emprendedoras; sobre los cuales se podrían plantear estrategias de promoción o buenas prácticas inherentes al emprendimiento para fortalecer los recursos y habilidades que se requieren al momento de iniciar un negocio propio.

Es motivador que en esta importante presencia femenina se compartan historias de superación y éxito, analizando los motivos y las diversas fuentes externas e internas que les permiten

emprender posicionando a la mujer en un espacio donde se encuentra trabajando, es dueña de negocios y que ha logrado adaptarse positivamente a las situaciones adversas propias de la crisis en Gamarra.

Por último, el conjunto de estas fuentes ha resultado en cambios a nivel familiar y personal en este grupo de mujeres migrantes emprendedoras siendo uno de ellos su rol como proveedoras del hogar. El estudio de Barrenechea (2012) evidencia que las mujeres en Gamarra rompen con el tradicional rol femenino por su importante aporte a la economía familiar y que, al mismo tiempo cuestiona el rol de proveedor del hogar, así como las percepciones que las mujeres tienen de sí mismas. Así mismo, a partir del análisis, hay un tema que resulta interesante y es la desconfianza en este grupo de mujeres en relacionarse con socios que no sean sus hijos debido a experiencia pasadas de traición. Por otro parte, surgen nuevas interrogantes, por ejemplo, cómo las redes sociales (Facebook, Instagram) que estarían ayudando a incrementar las ventas de los negocios de las mujeres entrevistadas. Otro tema que podría desarrollarse a partir de la presente investigación es explorar, desde un enfoque de género, los cambios en los roles de la mujer a partir del proceso de emprendimiento, por ejemplo, el acceso a cursos o talleres o su rol como proveedora del hogar.

6. CONCLUSIONES

- Adams y Valdivia (1994), señalan que la cultura andina influencia en la forma de organización y producción dentro del negocio. Estos comportamientos, acciones y actitudes como la dedicación al trabajo, las ganas de superación, la autoeficacia, entre otros, analizados en las entrevistadas son características que les han permitido hacer cambios en sus vidas, adaptarse positivamente a las dificultades y a convertirse en empresarias.
- Este estudio permitió la posibilidad de estudiar, desde el enfoque de resiliencia, a este grupo de mujeres migrantes emprendedoras. Las fuentes externas e internas identificadas en este grupo de mujeres migrantes emprendedoras, pone en evidencia que fue necesario contar con ciertos elementos del ambiente, habilidades y aspectos propios de la personalidad para iniciar, desarrollar y mantener la actividad empresarial. En líneas generales, las fuentes externas fueron de apoyo para iniciar la actividad empresarial; y

las internas les permitieron desarrollar y mantener el negocio. Al día de hoy, ellas perciben cambios positivos en sus vidas tanto a nivel familiar como personal.

- Las situaciones difíciles que han vivido este grupo de mujeres migrantes emprendedoras del Emporio de Gamarra, desde llegar a la capital e iniciar trabajando como ambulantes hasta sufrir duelos, agresión verbal, accidentes; o dificultades propias del negocio (competencia, robos, deslealtad, deudas) no han sido condicionante para que no pueden tener un desarrollo sano y positivo en sus vidas que les ha permitido tener, hasta la actualidad, su negocio propio.
- Un hallazgo interesante dentro de las fuentes externas es el papel que cumple la experiencia previa sobre los negocios, así como la orientación familiar hacia el emprendimiento. Dentro de las fuentes del “Yo puedo” se encuentra que las mujeres empresarias identifican oportunidades de negocio en otros rubros que les permita mejorar su capital e ingresos. Así también, el aprender de la experiencia y la autoeficacia relacionada en mantener una mentalidad positiva son partes del gen en este grupo de empresarias. Por último, en el “Yo soy” se encuentran subcategorías interesantes que les ha permitido mantener el negocio como es la comunicación y vínculo con los clientes, así como la motivación intrínseca por los hijos.
- No se puede concluir si este grupo de mujeres migrantes emprendedoras son resilientes, pero si se considera fundamental analizar las fuentes externas e internas que dinamizaron el proceso de emprendimiento. Se considera importante, por las historias de superación en este grupo de mujeres, realizar a un estudio que mida el nivel de resiliencia femenino en el lugar. Así también estudiar el rol que cumplen las redes de soporte familiar para iniciar la actividad empresarial, o las motivaciones y deseos que las impulsa a emprender y salir adelante.
- Se concluye con el presente estudio la importancia de conocer aquellos recursos, habilidades y fortalezas que han permitido a este grupo de mujeres enfrentar positivamente el proceso de emprendimiento, sobre todo, por los hallazgos obtenidos a partir de las categorías analizadas. Así, se podría estimular un comportamiento resiliente a través de proyectos para aquellas personas que quieren iniciarse en el mundo del emprendimiento.

- Por último, el estudio al ser un diseño de estudios de casos no se puede generalizar los resultados de las mujeres migrantes emprendedoras del Emporio de Gamarra a otros contextos, pero si sería interesante estudiar bajo este modelo, cómo las fuentes internas o externas de mujeres empresarias en otros lugares de la ciudad de Lima. Así mismo, para futuros estudios sería interesante enfocarse en analizar a profundidad los cambios generados en las mujeres empresarias a partir de su proceso de emprendimiento como el uso de las redes sociales, o los cambios en su rol como mujer empresaria cumpliendo actualmente el de proveedoras del hogar.

REFERENCIAS

- Abad, L.C. (2016). *Influencia de las habilidades sociales y el talento emprendedor en las mujeres de la organización Pan-Soy, 2016*. Trabajo de investigación para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración. Universidad de Lima.
- Agustín, O.M. (2014). *Rasgos resilientes en alumnos del proyecto educativo laboral puente Belice*. Tesis para optar el grado académico de Licenciada en Psicología Clínica. Universidad Rafael Landívar.
- Alderete, J. (2014). *Las decisiones financieras y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de confecciones textiles del Emporio Comercial Gamarra de Lima Metropolitana*. Tesis para optar el grado Académico de Doctor en Administración. Universidad Nacional Federico Villareal, escuela de Posgrado.
- Alhojailan, M. I. (2012). Thematic analysis: A critical review of its process and evaluation. En West East Institute International Academic Conference Proceedings. 8–21. Zagreb, Croatia: West East Institute. Recuperado en <http://www.westeastinstitute.com/wp-content/uploads/2012/10/ZG12-191-Mohammed-Ibrahim-Alhojailan-Full-Paper.pdf>
- Ameigeiras, A., Chernobilsky, L.B., Giménez, V., Mallimaci, F., Mendizabal, N., Neiman, G., Quaranta, G., Soneira A.J. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. En: Neiman, G., Quaranta, G. (2006). *Los estudios de caso en la investigación sociológica*. Barcelona. Gedisa.
- Ames, P. (2005). *Las Brechas Invisibles. Desafíos para una equidad de Género en la educación*. Lima, Peru: IEP.
- Amit, R., Muller, E. (1995). Push and pull entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, Ontario.12 (4), 64-80.
- Anderson, A., Jack, S., y Dodd, D. (2005). The role of family members in entrepreneurial networks: Beyond the boundaries of the family firm. *Family Business Review*. California.18 (2), 135-154.
- Avolio, B. (2008). Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú. Tesis de doctorado en Administración Estratégica de Empresas. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, CENTRUM Católica.
- Bailey, J. (2008). *First steps in qualitative data analysis: Transcribing*. Family Practice. 25(2), 127–31. doi:10.1093/fampra/cmn003.
- Barrantes, R.R., Vélez, C. (2017). *Mecanismos de financiamiento en las Pymes del sector textil del emporio comercial de Gamarra y las principales barreras que presentan*

- para poder acceder a ellas. Tesis para obtener el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Barrenechea, J. (2011). *Percepciones sobre el trabajo extradoméstico de mujeres empresarias de Gamarra*. Tesis para el obtener el grado de Magíster en Antropología. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Barriball, K. L., & While, A. (1994). Collecting data using a semi-structured interview: A discussion paper. *Journal of Advanced Nursing*. 19(2), 328–335.
- Báez, J. & Pérez, T. (2007). *Investigación Cualitativa*. Madrid: ESIC Editorial.
- Bell, J. (2005). *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación* (Roc Filella Escolá, trad.). España: Gedisa.
- Bernard Van Leer Foundation. (2002). Resiliencia en programas de desarrollo infantil temprano. En L. Torres, *La resiliencia en programas de desarrollo infantil*. 11-24
- Borda, M. (2001). *Resiliencia. Competencia para enfrentar la adversidad*. 14, 53-58.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*. 3(2), 77-101. doi:10.1191/1478088706qp063oa.
- Cámara de Comercio de Lima. (2013). Poder Emprendedor. *Empresas & Negocios*. 12, 6-7.
- Carretero, R. (2010). Resiliencia. Una visión positiva para la prevención e intervención desde los servicios sociales. *Nómadas- Revista crítica de ciencias Sociales y Jurídicas*, 27.
- Carolin, J. (2014). *Factores de resiliencia en mujeres jefas de hogar víctimas de violencia intrafamiliar, maltrato y abuso*. Tesis para obtener el grado académico de Licenciado en Psicología Clínica. Universidad Rafael Landívar.
- Cepeda, G. (2006). La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*. 29, 57-82.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative & quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (2da ed.). Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Creswell, J. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (3era ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3a.ed.). Thousand Oaks, CA, EE. UU. SAGE.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6ta ed.). Londres: Routledge.
- Cuevas, A. (2009). El trabajo cualitativo. Manuscrito no publicado, Universidad de Celaya, Guanajuato, México.
- Coleman, H. y Unrau, Y. A. (2005). Analyzing qualitative data. En R. M. Grinnell e Y. A. Unrau (Eds.), *Social work: Research and evaluation: Quantitative and qualitative approaches*. 7, 403-420. Nueva York, NY, EE. UU.: Oxford University Press.
- Cyruñik, B. (2003). *El murmullo de los fantasmas*. Barcelona, España: Gedisa.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2000). *Handbook of qualitative research* (2da ed.). Thousands Oaks, CA: Sage.

- De León, A.L. (2013). *Características Resilientes Presentes en Mujeres Jóvenes Lesbianas*. Tesis para optar el grado académico de Licenciado en Psicología. Universidad Rafael Landívar.
- Dicicco-Bloom, B., y Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*. 40(4), 314–21. doi:10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x
- Dubreuil, R. (2011). *Más allá del Dolor, hacía una comprensión dinámica de la resiliencia*. Ciudad, país: Publicaciones Psicoanalíticas: PP
- Dyer, W., Handler, G. (1994). Entrepreneurship and family business: Exploring the connections. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Nueva Jersey, volumen 19, número 1, pp. 71-84.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *The Academy Management Review*, 14 (4), 532-550.
- Farr-Wharton, R. y Brunetto, R. (2007). “Women entrepreneurs, opportunity recognition and government-sponsored business networks: A social capital perspective”. *Women in Management Review*. Bingley, 22(3),187-207.
- Franklin, C. y Ballan, M. (2005). Reliability and validity in qualitative research. En R. M. Grinnell e Y. A. Unrau (Eds.), *Social work: Research and evaluation: Quantitative and qualitative approaches*. 7, 438-449. Nueva York, NY, EE. UU.: Oxford University Press.
- Flick, U. (2007). Introducción a la investigación cualitativa [versión Ebook]. Recuperado de: <http://books.google.com.pe/books?id=o0iLN8Ag8ewC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Flores, C. (2002). Potencial social de las mujeres empresarias. *Cuadernos de Trabajo Social*.15, 83-92.
- Flores, V. (2018). *Gamarra frente a la ciudad neoliberal: estrategias locales en el escenario global*. Tesis para el obtener el título de Licenciada en Sociología. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Fuentes, F.D. (2013). *Factores psicosociales que influyen en la resiliencia de niños víctimas de abuso sexual que reciben tratamiento psicológico en la comisión nacional contra el maltrato infantil – CONACMI*. Tesis para obtener el grado académico de Licenciado en Psicología. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Fuentes, L.L, Noriega, J.M. (2011). *Efectos psicosociales en la mujer casada ante la emigración de su pareja entre el año 2000-2011*. Tesis para obtener el grado académico de Licenciada. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Gallardo, E. (2014). Cómo realizar análisis temático. Recuperado de <http://atlasti.com/2014/06/12/como-realizar-analisis-tematico-utilizando-atlas-ti/>
- Gibbs, G. R. (2007). *Analyzing qualitative data*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- González, J.L. (2015). *Resiliencia en esposas que sufren violencia intrafamiliar*. Tesis para obtener el grado académico de Licenciada. Universidad Rafael Landívar.
- Graneheim, U., Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*. Philadelphia, pp. 105-112.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2017). Perú 2016 – 2017. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/97>
- Grotberg, E. (1995). The Internacional Resilience Project: *Promoting Resilience in children*. Educational Resources Information Center.
- Grindsted, A. (2005). Interactive resources used in semi-structured research interviewing. *Journal of Pragmatics*. 37(7), 1015–1035. doi:10.1016/j.pragma.2005.02.011
- Gubrium, J. F., & Holstein, J. A. (2001). *Handbook of interview research: Context & method*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Harper, C. (2003). Collins Cobuild English Dictionary for Advanced Learners (8th ed.). Recuperado de <http://diccionario.reverso.net>
- Henderson, N. y Milstein, M: Resiliencia en la escuela, Buenos Aires, Paidós, 2003
- Higgins, G.O. (1994). *Resilient Adults: Overcoming a Cruel Past*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Huayhua, R., Quincho, H. (2017). *Análisis de las estrategias comerciales utilizadas por las PYMES del sector textil, del emporio comercial de Gamarra, de la línea de ropa para damas y caballeros con el fin de afrontar la competencia del mercado, y el impacto en su gestión comercial*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas. Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas.
- Infante, F. (2001). La resiliencia como proceso: una revision de la literature reciente. En: A. Melillo y E. Suárez (ed). *Resiliencia: Descubriendo las propias fortalezas*. Buenos Aires, Argentina: Paidós, pp. 31-54.
- Inman, K. (2000). *Women's resources in business start-up, a study of black and white women entrepreneurs*. New York: Garland Publishing.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2012). Encuesta Demográfica y de Salud Familiar [ENDES]. Recuperado de <http://proyectos.inei.gob.pe/endes/2011/Libro.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2012a). Resultados de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2011. Recuperado de <http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib1036/index.html>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2014). Encuesta Nacional de hogares [ENAHOG]. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1293/cap06.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2016). *Nota de Prensa*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/mas-de-7-millones-de-mujeres-conforman-la-fuerza-laboral-del-peru-8943/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2016a). *Perú, brechas de género 2016: avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. Recuperado de http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1388/Libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2017). *Características de las Empresas del Emporio Comercial de Gamarra*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1555/libro.pdf
- Jiménez-Domínguez, B. (2000). *Investigación Cualitativa y psicología social crítica. Contra la lógica binaria y la ilusión de la pureza*. Investigación cualitativa en Salud. Recuperado de: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug17/3investigacion.html>
- Kotliarenco, M. A., Caceres, I., & Fontecilla, M. (1996). *Resiliencia: construyendo en adversidad*. Santiago de Chile, Chile: CEANIM.
- Kotliarenco, M. A., Caceres, I., & Fontecilla, M. (1997). *Estado del Arte en resiliencia*. Washington, D. C., Estados Unidos: Oficina Panamericana de la Salud.
- Kotliarenco, M. A. y Dueñas, V. (1992). *Vulnerabilidad versus Resilience: Una Propuesta de Acción Educativa*. Serie Documentos de Trabajo [CEANIM], 1-16.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Lamas, H. (2000). *Salud: Resiliencia y bienestar Psicológico*. Lima, Perú: Colegio de Psicólogos del Perú.

- Lemaître, E., & Puig, G (2005). Programa Rueda: Fortaleciendo la resiliencia: Una estrategia para desarrollar la autoestima. Universidad de Santiago de Chile. Recuperado de <http://www.addima.org/Documentos/recursos/programa%20rueda.pdf>
- Lincoln, Y. S. y Denzin, N. K. (2003). *Turning points in qualitative research: Tying knots in a handkerchief*. Walnut Creek, CA, EE. UU.: AltaMira Press.
- Lincoln, Y. S. y Guba, E. G. (2007). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences. En N. K. Denzin e Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research*. 163-188. Thousand Oaks, CA, EE. UU.: SAGE.
- Lopez, R.R. (2007). Aproximación a las concepciones de las madres sobre género, familia y educación de los hijos. Estudio de caso en una comunidad Náhuatl del Municipio de Puebla. En: *Capítulo 7, Resultados Perfil de las madres no nahuas*. Tesis para optar el grado de Master. Universidad de las Américas Puebla.
- Lynham, S. (2002). The general method of theory – building research in applied disciplines. *Advances in Developing Human Resources*, 4 (3), 221-241.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*. 20, 165-193.
- Marshall, C., & Rossman, G. (1999). *Designing qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Maxwell, J.A. (1992). Understanding and validity in qualitative research. *Harvard Educational Review*. 62(3), 279-300.
- Maxwell, J.A. (1996). *Qualitative research design: An integrative approach*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA, EE. UU.: Jossey-Bass.
- Miles, M., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ministerio de Producción [Produce]. (2011). *Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa, 2010*. Lima: PRODUCE. Recuperado de http://www.produce.gob.pe/RepositorioAPS/1/jer/BOL_EST_MYPE/boletin_estadistico_mype.pdf
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE]. (2009) *La mujer en el mercado laboral peruano*. Lima: MTPE.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE]. (2003). *Ley N° 28015. Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de <http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=60&tip=54>
- Ministerio de Producción [Produce]. (2011). *Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa, 2010*. Lima: PRODUCE. Recuperado de http://www.produce.gob.pe/RepositorioAPS/1/jer/BOL_EST_MYPE/boletin_estadistico_mype.pdf
- Montaño, S & Milosavljevic, V. (2010). La crisis económica y financiera. Su impacto sobre la pobreza, el trabajo y el tiempo de las mujeres. Serie Mujer y Desarrollo. Santiago de Chile: CEPAL.
- Montenegro, E. (2013). *Percepción de mujeres víctimas de violencia contra la mujer, entre 20 y 40 años, en relación a su participación en el proceso penal en contra de su agresor*. Tesis para optar el grado académico de Licenciado en Psicología Clínica. Universidad Rafael de Landívar.
- Morales, A. (2016). *Factores que influyen en el comportamiento del consumidor del servicio de residencias para adultos mayores en Lima Metropolitana*. Trabajo de investigación para optar la licenciatura en Administración. Universidad de Lima.

- Moscoso, N. (2013). *Acceso a oportunidades educativas y aprendizaje de competencias resilientes, en adolescentes y jóvenes de contextos marginales de la ciudad de Guatemala (un análisis fenomenológico)*. Tesis de posgrado. Universidad Rafael de Landívar.
- Movimiento Manuela Ramos. (2011). *Brechas de Género: Diferencias entre hombres y mujeres en el acceso al bienestar en Ayacucho, Huancavelica y Apurímac*. Recuperado de <http://www.manuela.org.pe/wp-content/uploads/2011/02/54074295-Brechas-de-Genero-diferencias-entre-hombres-y-mujeres-en-el-acceso-al-bienestar-en-Ayacucho-Huancavelica-y-Apurimac.pdf>
- Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Pearson Educación.
- Organización Internacional del Trabajo y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [OIT-PNUD]. (2009). *Trabajo y familia: hacia nuevas formas de conciliación con corresponsabilidad social*. OIT-PNUD. Santiago.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2016). *Las mujeres en el trabajo: tendencias 2016*. Ginebra. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_483214.pdf
- Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2010). *Empoderamiento de mujeres adolescentes*. Washington: OPS.
- Orhan, M, Scott, D. (2001). "Why women enter into entrepreneurship: An exploratory model". *Women in Management Review*, Bingley, 16(5), 232-247.
- Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2010). *Empoderamiento de mujeres adolescentes*. Washington: OPS.
- Panez, R. (2002). Bases teóricas del Modelo Peruano de Promoción de Resiliencia. En: por los caminos de la Resiliencia. Lima: Panez & Silva Consultores.
- Panez, R. (2000). Un Modelo de promoción de Resiliencia Andina. En: Panez, R.; Silva, G & Silva, M. (eds). *Resiliencia en el Ande*, 13-37. Lima, Perú: Panez&Silva.
- Patton, M. (2002). *How to use qualitative methods in evaluation*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Peña, N. (2009). Fuentes de resiliencia en estudiantes de Lima y Arequipa. *Liberabit*, 15(1), 60-61.
- Ponce, C.R. (1994). *Gamarra: formación, estructura y perspectivas*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Rubin, G. (1975). El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo. En: Lamas, M. (1996). *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. México. UNAM.
- Rutter, M. (1993). Resilience: Some conceptual considerations. *Journal of Adolescent Health*. Vol. 14, N.8: 626 -631.
- Rutter, M. (1990). Psychosocial resilience and protective mechanisms. En: J. Rolf; A.S. Masten; D. Cicchetti; K. Nuechterlein y S. Weintraub (Eds.) *Risk and Protective Factors in the Development of Psychopathology*. New York: Cambridge University Press.
- Salgado, A.C. (2007). Investigación Cualitativa: Diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13, 71-78. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601309>
- Salgado, A.C. (2005). Métodos e instrumentos para medir la resiliencia: una alternativa peruana. *Liberabit*, 11, 41-48. Recuperado en: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272005000100006&lng=pt&nrm=iso&tlng=es

- Sanchez, C.M. (s.f). *Mujeres empresarias inmigrantes. Estrategias étnicas, políticas públicas y crisis económica*. Parte I Trabajo fin de Máster. Universidad Arzobispo Loayza. Recuperado de: http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/1654/TFM_Sanchez_Acosta_Carmen_Maria.pdf
- Sanchez, L. (2010). Las mujeres y el emprendimiento. Algunos criterios sobre la gestión: Caso Venezuela. Recuperado de : <https://www.gestiopolis.com/autoempleo-y-emprendimiento-de-la-mujer-en-america-latina/>
- Sandín, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación, fundamentos y tradiciones*. Madrid: McGraw-Hill.
- Sanz, J. (2011). Guía práctica 8. La metodología cualitativa en la evaluación de políticas públicas, Ivalua, 22-59. Recuperado en: http://www.dgfc.sepg.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp1420/e/Documents/Guia8_Evaluacion_cualitativa_ivalua.pdf
- Saquic, A.A. (2015). *Resiliencia en madres ante proceso hospitalario de hijo(a)*. Tesis para optar el grado académico de Licenciado en Psicología. Universidad Rafael Landívar.
- Seminario, K., Torres, E. (2018). *Diagnóstico del sector textil de las micro, pequeñas y medianas empresas en el distrito de la victoria – Lima Metropolitana*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Silva, G. (1997). *Jornadas sobre Resiliencia*. Consejo Nacional de Educación. Montevideo.
- Soto, L.G. (2016). *La motivación personal como principal impulsor de la productividad en el modelamiento de un plan de negocios para el empoderamiento económico*. Tesis para optar el grado académico de Licenciado en Psicología. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Stake, R. E. (2006). *Multiple case study analysis*. Nueva York, NY, EE. UU.: The Guilford Press.
- Stake, R. E. (2010). *Qualitative research: Studying how things work*. Nueva York, NY, EE. UU.: The Guilford Press.
- Stone, W., Gray, M., Hughes, J. (2003). Social capital at work: How family, friends and civic ties relate to labour market outcomes. Australian Institute of Family Studies Research.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Tami, P. (2005). *Exploring barriers to Peruvian mothers' labor force participation: A multi-disciplinary multi-method approach*. Recuperado de <http://rats.pop.psu.edu/DemAlumni/AlumniDissertations.cfm>
- Turner, D. W. (2010). Qualitative interview design: A practical guide for novice investigators. 15(3), 754–760. Recuperado de <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR15-3/qid.pdf>
- Tzamol, J. (2014). *Emprendimiento de Mujeres asociadas a bancos comunales del municipio de san martín sacatepéquez, quetzaltenango*. Tesis para optar el grado académico de Licenciada en Administración. Universidad Rafael Landívar.
- United Nations [UN]. (2017). Informe de Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- United Nations [UN]. (2011). “We can end poverty 2015” Millenium Development Goals. Recuperado de <http://www.un.org/millenniumgoals/>

- Unrau, Y. A., Grinnell, R. M. y Williams, M. (2011). The quantitative research approach. En R. M. Grinnell e Y. A. Unrau (Eds.), *Social work: Research and evaluation: Quantitative and qualitative approaches*. 9, 32-51. Nueva York, NY, EE. UU.: Oxford University Press.
- Warren, C. A. B. (2001). Qualitative interviewing. En J. F. Gubrium & J. A. Holstein (Eds.), *Handbook of interview research*. 83–101. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Walsh, K. (2003). Qualitative research: Advancing the science and practice of hospitality. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 44(2), 66–74. doi:10.1177/0010880403442006
- Werner, E., & Smith, R. (1982). *Vulnerable but invincible: A study of resilient children*. New York: McGraw-Hill.
- Whittemore, R., Chase, S. K., & Mandle, C. L. (2001). Validity in qualitative research. *Qualitative Health Research*. 11(4), 522–37. doi:10.1177/104973201129119299
- Wolin, S. J. y Wolin, S. (1993): *The resilient self: how survivors of troubled families rise above adversity*. Nueva York: Villard Books.
- Wong, D. (1996). *Los grandes pequeños negocios. Empresarios y finanzas*. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 31-37. Lima: Universidad del Pacífico.
- World Economic Forum [WEF]. (2017). The Global Gender Gap Report 2017. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2017.pdf
- Yin, R. K. (2013). *Case study research: Design and methods* (5a. ed.). Thousand Oaks, CA, EE. UU.: SAGE.
- Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2009). Qualitative analysis of content. En B. M. Wildemuth (Ed.), *Applications of social research methods to questions in information and library science*. 308–319: Libraries Unlimited.

ANEXOS

Anexo 1: Criterios de validación de contenido

INSTRUMENTO JUICIO DE EXPERTOS

Instrumento : Entrevista semi estructurada

Estimado Señor :

Conocedor de su trayectoria profesional ha sido seleccionado como juez para evaluar el instrumento de entrevista semi estructurada, la cual busca explorar las fuentes internas y externas de la resiliencia en un grupo de mujeres que tienen un negocio propio en el Emporio de Gamarra.

El presente instrumento tiene gran importancia para obtener resultados válidos que puedan aportar al objeto de la investigación y sus respectivas aplicaciones.

Agradezco su valiosa colaboración.

- Nombres y apellidos:
- Formación académica:
- Áreas de experiencia profesional:
- Tiempo:Cargo actual:Institución:

Objetivo de la investigación: El objetivo general de la presente investigación es conocer las fuentes internas y externas de la resiliencia en Mujeres que tienen un negocio propio en el Emporio de Gamarra.

Objetivo del juicio de expertos: Validar los ítems para que éstos midan lo que pretenden medir. Adaptarlo para su aplicación en el Perú.

Objetivo del instrumento: Explorar las percepciones, opiniones, experiencias y puntos de vista de las participantes.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

MATRIZ CON LOS INDICADORES PARA LA CALIFICACIÓN DE ÍTEMS ¹

SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1 No cumple con el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3. Moderado nivel.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel.	Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel.	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel.	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos del ítem.
	4. Alto nivel.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

¹ Escobar, J.& Cuervo, A (2008), Validez de Contenido y Juicio de Expertos: Una aproximación a su utilización, *Avances en Medición*, 6, 27–36, Recuperado de http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel.	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel.	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

PLANTILLA DE VALORACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada Item, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia

(1) = No cumple con el criterio (2) =Bajo nivel (3) =Moderado nivel (4) =Alto nivel.

Dimensiones	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Fuentes de soporte externo	1. ¿Cómo así tomaste la decisión de iniciar un negocio propio? ¿Qué fue lo que más influyó?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	2. ¿De qué manera te apoyó o te viene apoyando tu familia?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	3. ¿Cómo fue el soporte que recibiste de tu círculo cercano (amigos, conocidos en gamarra, etc.)?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

Dimensiones	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	4. Antes las dificultades o problemas respecto a tu negocio ¿A dónde o a quién sueles recurrir? ¿Por qué?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
Fuentes de habilidades sociales y/o resolución de problemas	5. ¿Qué fue lo que más te motivó a iniciar tu negocio propio?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	6. ¿Con qué dificultades te has encontrado al inicio y/o durante el desarrollo de tu negocio propio?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	7. ¿Qué habilidades o características tuyas te han permitido desarrollar el negocio propio? ¿Cómo hacías frente a las dificultades?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	8. ¿Qué aspectos (áreas, procedimientos, ventas, etc.) del negocio propio crees que son importantes de seguir mejorando y por qué?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	9. ¿Cuál es el plan o las metas que actualmente tienes respecto a tu	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

Dimensiones	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	negocio propio y cómo piensas desarrollarlas? (ejemplo: cómo te ves de aquí a 5 o 10 años)					
Fuerzas internas personales	10. ¿Cómo te sientes de tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	11. ¿Qué cualidades o virtudes tuyas te permitieron iniciar el negocio propio?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	12. ¿Qué expectativas tenías al inicio o durante el desarrollo de este negocio propio?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	13. ¿Qué habilidades crees que has desarrollado o mejorado desde que iniciaste tu negocio propio?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

Dimensiones	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	14. ¿Qué habilidades o características tuyas crees que son importantes de mejorar por el bien del negocio propio?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	15. ¿De qué manera ha influido en tu vida, en tu persona o en tu familia tener un negocio propio? ¿Qué cambios percibes?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

Observaciones adicionales:

Nombres y apellidos:

Firma (o electrónica):

Anexo 2: Detalle de la valoración de entrevista

Categoría: Fuentes de soporte externo

P1: ¿Cómo así tomaste la decisión de iniciar un negocio propio? ¿Qué fue lo que más influyó?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	3	3	2	4	integrar ambas preguntas
2.	4	3	3	4	
3.	1	1	1	1	escogería una pregunta o la otra. Por ejemplo: ¿qué fue lo que más te motivó a iniciar tu negocio propio?
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	3	3	2	2	hay dos preguntas, escoger solo una
MEDIA	3.2	3.0	2.7	3.2	MEDIA TOTAL 3.0

Categoría: Fuentes de soporte externo

P2: ¿De qué manera te apoyó o te viene apoyando tu familia?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	excelente pregunta
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4.0

Categoría: Fuentes de soporte externo
etc.)?

P3: ¿Cómo fue el soporte que recibiste de tu círculo cercano (amigos, conocidos en gamarra,

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	la pregunta es pertinente, pero no se entiende muy bien. Es más como qué tipo de soporte recibió de su círculo más cercano
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	mejorar la redacción de la pregunta
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4.0

Categoría: Fuentes de soporte externo
¿Por qué?

P4: Ante las dificultades o problemas respecto a tu negocio ¿A dónde o a quién sueles recurrir?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	3	3	4	4	veo dos preguntas en una sola
2.	4	2	4	4	nuevamente, escogería una pregunta o la otra
3.	3	2	4	4	
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	3	1	4	4	hay dos preguntas en una sola, una es a dónde y la otra es a quién; pero ¿qué es lo que interesa saber?
MEDIA	3.5	2.7	4	4	MEDIA TOTAL 3.5

Categoría: Fuentes de habilidades y resolución de problemas

P5: ¿Qué fue lo que más te motivó a iniciar tu negocio propio?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	3	2	3	3	la usaría al inicio de la entrevista
2.	3	3	3	3	
3.	3	2	3	3	
4.	3	3	4	4	
5.	3	3	4	4	
6.	3	2	3	3	me parece una pregunta de apertura
MEDIA	3	2.5	3.3	3.3	MEDIA TOTAL 3.0

Categoría: Fuentes de habilidades y resolución de problemas de tu negocio propio?

P6: ¿Con qué dificultades te has encontrado al inicio y/o durante el desarrollo

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	es bien amplia la pregunta
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	muy buena pregunta, pero también abarca muchas cosas del negocio
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4

Categoría: Fuentes de habilidades y resolución de problemas
negocio propio? ¿Cómo hacías frente a las dificultades?

P7: ¿Qué habilidades o características tuyas te han permitido desarrollar el

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	3	4	4	
2.	4	3	3	3	
3.	3	3	3	4	
4.	4	4	3	3	
5.	4	4	4	4	
6.	3	3	3	3	lo pondría más como una situación de fracaso y cómo lo ha superado
MEDIA	3.7	3.3	3.3	3.5	MEDIA TOTAL 3.5

Categoría: Fuentes de habilidades y resolución de problemas
crees que son importantes de seguir mejorando y por qué?

P8: ¿Qué aspectos (áreas, procedimientos, ventas, etc.) del negocio propio

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	2	2	2	2	no lo veo relevante de preguntas
2.	2	2	1	1	
3.	2	2	1	1	
4.	1	2	1	1	
5.	1	2	1	1	
6.	2	1	1	1	me parece que la pregunta no va
MEDIA	1.7	1.8	1.2	1.2	MEDIA TOTAL 1.5

Categoría: Fuentes de habilidades y resolución de problemas

P9: ¿Cuál es el plan o las metas que actualmente tienes respecto a tu negocio propio y cómo piensas desarrollarlas? (ejemplo: cómo te ves de aquí a 5 o 10 años)

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	3	3	3	3	
2.	3	2	3	3	
3.	3	2	3	3	
4.	4	3	3	3	
5.	4	3	3	3	
6.	3	3	3	3	
MEDIA	3.3	2.7	3	3	MEDIA TOTAL 3.0

Categoría: Fortalezas internas

P10: ¿Cómo te sientes de tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	muy buena pregunta
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4

Categoría: Fortalezas internas

P11: ¿Qué cualidades o virtudes tuyas te permitieron iniciar el negocio propio?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	2	3	2	3	se parece mucho a la pregunta 7
2.	2	3	3	4	
3.	3	3	3	4	hay una pregunta casi igual más arriba
4.	2	3	2	4	he visto una pregunta similar
5.	3	3	3	4	
6.	3	3	2	4	la pregunta 7 no recoge eso?
MEDIA	2.5	3.0	2.5	3.8	MEDIA TOTAL 3.0

Categoría: Fortalezas internas

P12: ¿Qué expectativas tenías al inicio o durante el desarrollo de este negocio propio?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4

Categoría: Fortalezas internas

P13: ¿Qué habilidades crees que has desarrollado o mejorado desde que iniciaste tu negocio propio?

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4

Categoría: Fortalezas internas
del negocio propio?

P14: ¿Qué habilidades o características tuyas crees que son importantes de mejorar por el bien

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	se parece un poco a la anterior
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4

Categoría: Fortalezas internas
propio? ¿Qué cambios percibes?

P15: ¿De qué manera ha influido en tu vida, en tu persona o en tu familia tener un negocio

Juez	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
1.	4	4	4	4	
2.	4	4	4	4	
3.	4	4	4	4	
4.	4	4	4	4	
5.	4	4	4	4	
6.	4	4	4	4	quizás detallar que tipo de cambios refieres
MEDIA	4	4	4	4	MEDIA TOTAL 4

Anexo 3: Ficha de datos

- Edad: ¿Qué edad tiene?
- Estado Civil: ¿Estado civil?
- Residencia: ¿En qué distrito vive?
- Procedencia: ¿Dónde nació?
- Número de hijos: ¿Tienes hijos? ¿Cuántos?
- Nivel educativo alcanzando: ¿Nivel educativo alcanzando?
- Cargo en el negocio: ¿Qué cargo ocupa en su negocio?
- Actividad principal: ¿Cuál es el principal producto que vende?
- Número de trabajadores: ¿Cuántos trabajadores hay en su negocio?

Anexo 4: Guía de preguntas

i. Presentación

Buenos días/tardes, mi nombre es _____. y estoy realizando esta entrevista como parte de una investigación para mi tesis de licenciatura. Te agradezco mucho por haber aceptado ser parte de esta investigación, siéntete en plena libertad de expresar todo lo que piensas y sientes acerca de cada uno de los temas que vamos a conversar. Debo dejar en claro, además, que la información que me proporciones es confidencial y únicamente con fines académicos.

ii. Yo tengo: Fuentes de soporte externo

- ❖ ¿Qué fue lo que más te motivó o influyó a iniciar tu negocio propio?
- ❖ ¿De qué manera te apoyó tu familia?
- ❖ ¿Qué tipo de soporte recibiste de tu círculo más cercano?
- ❖ Antes las dificultades o problemas respecto a tu negocio ¿A quién sueles recurrir y por qué?

iii. Yo puedo: Fuentes de habilidades sociales y de resolución de problemas

- ❖ ¿Con qué dificultades te has encontrado al inicio y/o durante el desarrollo de tu negocio propio?
- ❖ ¿Cuál fue el peor momento o fracaso que te tocó vivir? ¿Cómo saliste adelante?
- ❖ ¿Cuál es el plan o las metas que actualmente tienes respecto a tu negocio propio y cómo piensas desarrollarlas? (ejemplo: cómo te ves de aquí a 5 o 10 años)

iv. Yo soy/estoy: Fuerzas internas personales

- ❖ ¿Cómo te sientes de tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra?
- ❖ ¿Qué expectativas tenías al inicio o durante el desarrollo de este negocio propio?
- ❖ ¿Qué habilidades crees que has desarrollado o mejorado desde que iniciaste tu negocio propio?
- ❖ ¿Qué habilidades o características tuyas crees que son importantes de mejorar por el bien del negocio propio?
- ❖ ¿De qué manera ha influido en tu vida, en tu persona o en tu familia tener un negocio propio? ¿Qué cambios percibes?

Anexo 5: Matriz de consistencia

Categorías (Fuente)	Subcategorías (Tomado de Kotliarenco, Cáceres & Álvarez, 1996)	Preguntas	Técnicas/ instrumentos	Informantes/ muestra
Fuentes de soporte externo (Yo tengo)	Relaciones confiables Acceso a la salud, educación, servicios sociales, entre otros Un hogar estructurado y con reglas Ambiente escolar y familiar estable Soporte emocional fuera de la familia Modelos a seguir Organizaciones religiosas morales a mi disposición. Personas que me van ayudar ante cualquier circunstancia	¿Qué fue lo que más te motivó o influyó a iniciar tu negocio propio? ¿De qué manera te apoyó tu familia? ¿Qué tipo de soporte recibiste de tu círculo más cercano? Antes las dificultades o problemas respecto a tu negocio ¿A quién sueles recurrir y por qué?	Guía de entrevista semi estructurada Grabadora de audio	Mujeres migrantes que tienen un negocio propio en el Emporio de Gamarra
Habilidades sociales y/o	Se creativo. Ser persistente. Tener buen humor.	¿Con qué dificultades te has encontrado al inicio y/o durante el desarrollo de tu negocio propio?		

<p>resolución de problemas (Yo puedo)</p>	<p>Comunicarme adecuadamente. Resolver problemas de manera efectiva. Controlar mis impulsos. Buscar relaciones confiables. Hablar cuando sea apropiado Encontrar a alguien que me ayude.</p>	<p>¿Cuál fue el peor momento o fracaso que te tocó vivir? ¿Cómo saliste adelante?</p> <p>¿Cuál es el plan o las metas que actualmente tienes respecto a tu negocio propio y cómo piensas desarrollarlas? (ejemplo: cómo te ves de aquí a 5 o 10 años)</p>	<p>Guía de entrevista semi estructurada</p> <p>Grabadora de audio</p>
<p>Fuerzas internas personales (Yo soy)</p>	<p>Alguien a quien los otros aprecian y quieren Alguien al que le gusta ayudar y demostrar afecto. Respetuoso Autónomo Adecuado temperamento. Orientado al logro. Adecuada autoestima. Esperanza y fe en el futuro. Creyente en Dios o en principios morales. Empatía Altruismo</p>	<p>¿Cómo te sientes de tener un negocio propio en el Emporio de Gamarra?</p> <p>¿Qué expectativas tenías al inicio o durante el desarrollo de este negocio propio?</p> <p>¿Qué habilidades crees que has desarrollado o mejorado desde que iniciaste tu negocio propio?</p> <p>¿Qué habilidades o características tuyas crees que son importantes de mejorar por el bien del negocio propio?</p> <p>¿De qué manera ha influido en tu vida, en tu persona o en tu familia</p>	<p>Guía de entrevista semi estructurada</p> <p>Grabadora de audio</p>

Dispuesto a responsabilizarme de
mis actos

tener un negocio propio? ¿Qué
cambios percibes?

Seguro de que todo va a salir bien

Anexo 6: Consentimiento informado

Me comprometo a participar en el estudio titulado "Fuentes internas y externas de la Resiliencia en Mujeres Migrantes Emprendedoras del Emporio de Gamarra" el cual está siendo llevado a cabo por Rosalyn Yurivilca Delgado. Entiendo que esta participación es enteramente voluntaria en lo cual puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento sin ningún perjuicio, y los resultados de dicha participación que puedan ser identificados como míos me serán devueltos y eliminados de los archivos de la investigación, o destruidos.

Se me ha explicado que el fin es explorar en las fuentes para el desarrollo de la resiliencia en un grupo de mujeres que tienen un negocio propio. Para ello se necesita de mi colaboración y de participar de los criterios antes mencionados. La información proporcionada sólo se utilizará para efectos de esta intervención. Asimismo, se mantendrá la confidencialidad de las entrevistas.

Estoy de acuerdo con los siguientes procedimientos: tener entrevistas con una duración de aproximadamente 90 minutos, utilizar una grabadora durante las entrevistas y las respuestas serán transcritas con un código con el fin de proteger mi identidad. El investigador responderá a cualquier pregunta adicional, en este momento o durante el transcurso del proyecto.

Entiendo que las preguntas realizadas en la intervención no causarán estrés o ningún daño afectivo, emocional o psicológico a la persona que apoya a esta intervención. Por tal motivo, se necesita de mi firma y autorización, así también del entrevistador a fin de respetar los principios éticos de la investigación.

Firma del Participante:

Nombre del participante (anónimo):

Firma del Investigador:

Nombre del Investigador:

POR FAVOR, FIRMAR AMBAS COPIAS, RETENER UNA Y DEVOLVER LA
OTRA AL INVESTIGADOR

Anexo 7: Protocolo de transcripción

Símbolo	Significado
*	Risas
-	Indica una interrupción del discurso
(...)	Indica pausas breves durante la conversación
.,!?	Los signos de puntuación indican la entonación
mmm	Vocales o consonantes repetidas indican la prolongación del sonido. La longitud de la fila de las vocales/consonantes indica la duración de la prolongación
PALABRA	Mayúsculas indican una subida marcada de entonación

Anexo 8: Matriz de categorías y códigos

Nota:

Los códigos aparecen entre []

El color negro corresponde a la codificación axial y el color azul a la codificación abierta.

Los códigos de color rojo son transversales porque aparecen de manera significativa en el estudio.

Categorías	Subcategorías	Microcategorías	Microcategorías
Yo Tengo [Yo tengo]	<p>Necesidad [necesidad]</p> <p>Experiencia [experiencia]</p> <p>Modelos a seguir [modelos a seguir] [modelos a seguir_familia]</p> <p>Personas que me van ayudar [personas que me van ayudar] [personas que me van ayudar_contactos]</p>	<p>Necesidad [necesidad_hijos] [necesidad_trabajo]</p> <p>Experiencia previa [experiencia_previa_negocio] [Experiencia_previa_venta] [Experiencia_previa_confección] [Experiencia_previa_comercio]</p> <p>Orientación familiar [orientación_familiar]</p> <p>Soporte [soporte_red]</p>	<p>soporte_familia [soporte_esposo] [soporte_hijos] [soporte_sobrino]</p>

	<p>Acceso a servicios [acceso a servicios]</p>	<p>Soporte económico [soporte_económico] [soporte_económico_capital]</p> <p>Acceso a servicios del estado [acceso a servicios del estado_cursos]</p> <p>[acceso a servicios del estado_capacitación]</p>	<p>[soporte_padrino] [soporte_suegra] [soporte_clientes] [soporte_cuñado]</p>
<p>Yo puedo [Yo puedo]</p>	<p>Afrontar obstáculos [afrentar obstáculos] [afrentar obstáculos_superación]</p> <p>Encontrar alguien que me ayude [encontrar alguien que me ayude]</p>	<p>Dificultades del negocio [dificultades_negocio_inicio] [dificultades_negocio_desarrollo]</p> <p>Dificultades personales [dificultades_personales]</p> <p>Género [género]</p> <p>Red de soporte [red de soporte_contactos]</p>	<p>[dificultades_competencia] [dificultades_robos] [dificultades_deudas] [dificultades_organización] [dificultades_socios]</p> <p>[dificultades_personales_duelo] [dificultades_personales_accidente] [dificultades_salud]</p> <p>[género_agresión física] [género_violencia psicológica] [género_discriminación_mujer]</p> <p>[contactos_aliados] [contactos_amigos]</p>

	<p>Tomar decisiones [tomar decisiones]</p> <p>Resolver problemas [resolver problemas] [resolver problemas_inicio negocio] [resolver problemas_desarrollo negocio]</p> <p>Hacer sacrificios [hacer sacrificios] [hacer sacrificios_salir adelante]</p>	<p>Emprender [emprender_necesidad] [emprender_arriesgar]</p> <p>Desarrollar el negocio [negocio_mejorar_ventas] [negocio_resolver problemas] [negocio_cambios]</p> <p>Identificar soluciones [Identificar Soluciones] [identificar soluciones_tomar acción]</p> <p>Aplicar estrategias [aplicar estrategias]</p> <p>Esfuerzos para el negocio [esfuerzos_ahorro_dinero] [esfuerzos_madrugar] [esfuerzos_desvelar]</p> <p>Esfuerzos para la familia [esfuerzos_estudio_hijos] [esfuerzos_comodidades]</p>	<p>[cambios_compra local] [cambios_invertir] [cambios_exportar]</p> <p>[soluciones_resolver pedidos_clientes] [soluciones_innovar] [soluciones_pagar_deudas]</p> <p>[estrategias_captar clientes] [estrategias_identificar_tendencias] [estrategias_campañas] [estrategias_redes sociales]</p>
--	--	---	--

	<p>Trazar metas [trazar metas] [trazar metas_negocio]</p> <p>Autoeficacia [autoeficacia] [autoeficacia_superar_problemas]</p> <p>Iniciativa [iniciativa] [iniciativa_acción] [iniciativa_resolver_problemas]</p>	<p>Planificar Planificar_metas_negocio] [planificar_mejorar ventas] [planificar_posicionamiento]</p> <p>Autoeficacia_acción [autoeficacia_acción_cumplir metas_personales] [autoeficacia_acción_cumplir metas_negocio] [autoeficacia_resolver_problemas]</p> <p>Mentalidad [mentalidad_positiva]</p> <p>Identificar oportunidades [identificar oportunidades] [identificar oportunidades_negocio]</p>	<p>[mentalidad_positiva_mujer_fuerte] [mentalidad_positiva_si se puede] [mentalidad_positiva_salir adelante]</p> <p>[oportunidad_negocio_nicho] [oportunidad_negocio_exportación] [oportunidad_negocio_otros rubros] [oportunidad_negocio_cartera_clientes]</p>
--	---	---	--

	<p>Aprender [aprender] [aprender_emprender]</p> <p>Ser persistente [ser persistente] [ser persistente_desarrollo del negocio] [ser persistente_captar clientes]</p>	<p>[identificar oportunidades_crecimiento profesional] [identificar oportunidades_crecimiento personal]</p> <p>Aprender haciendo [aprender_haciendo] [aprender_haciendo_negocio]</p> <p>Aprender de otras personas [aprender_otras_personas] Aprender de los errores [aprender_errores] [autoreflexión]</p> <p>Cumplir metas [cumplir metas_negocio] [cumplir metas_sueños personales]</p> <p>Aprender de las caídas [aprender_caídas]</p>	<p>Estudio [estudio_capacitaciones] [estudio_cursos]</p> <p>Estudio_curso_resultados [estudios_curso_resultados_conocimientos] [estudios_curso_resultados_valía personal]</p> <p>[cumplir metas_estudios_hijos] [cumplir metas_casa] [cumplir metas_pagar deudas] [cumplir metas_carro] [cumplir metas_negocio] [cumplir metas_posicionamiento_negocio] [cumplir metas_compra_terreno] [cumplir metas_compra_tienda] [cumplir metas_compra_máquinas]</p>
--	--	---	--

		<p>Aprender de los errores [aprender_errores]</p>	
<p>Yo soy [Yo soy]</p>	<p>Responsable [responsable] [responsable_negocio] [responsable_hijos]</p> <p>Respetuosa [respetuosa_clientes]</p> <p>Motivación [motivación]</p>	<p>Tipos de responsabilidad [responsable_negocio] [responsable_clientes] [responsable_deudas] [responsable_hijos] [responsable_estudiar]</p> <p>Actitud [actitud_empática]</p> <p>Motivación intrínseca [motivación_intrínseca_ser independiente] [motivación intrínseca_aprender] [motivación_hijos] [motivación_salir adelante]</p> <p>Crece como persona [crece como persona_estudios]</p> <p>Cubrir necesidades [Cubrir necesidades_hijos]</p>	

	<p>Alguien que le gusta ayudar [alguien que le gusta ayudar] [alguien que le gusta ayudar_familia]</p> <p>Orientada al logro [orientada al logro]</p> <p>Creyente en Dios [creyente en Dios]</p> <p>Comunicación [comunicación_clientes]</p>	<p>Familia [familia_ofrecer trabajo] [familia_ayudar con capital]</p> <p>Cumplir metas [cumplir_metas_negocio] [cumplir metas_compromiso]</p> <p>Cumplir sueños [sueños_motivación] [sueños_crecer_profesionalmente] [sueños_crecer_personal]</p> <p>Solucionar [solucionar_problemas] [solucionar_innovar]</p> <p>Creyente en Dios para superar problemas [creyente en Dios_superar_dificultades]</p> <p>Establecer vínculos [establecer vínculos_clientes]</p>	<p>[sueños_casa] [sueño_carro] [sueño_estudiar]</p> <p>Vínculos</p>
--	--	--	---

	[comunicación_clientes_captar]	Estrategias [estrategias]	[vínculos_confianza] [vínculos_de respeto] [vínculos_trato_adecuado] [estrategia_marketing] [estrategia_campañas] [estrategia_escuchar_clientes] [estrategia_descubrir_necesidades] [estrategia_actitud] [estrategias_redes sociales]
--	--------------------------------	------------------------------	---

Descripción de temas, categorías y códigos

A continuación, se describe el tema principal, las tres categorías de la teoría de la que partimos y los códigos más resaltantes.

TEMA

Fuentes de la resiliencia: proceso dinámico, constructivo, de origen interactivo, sociocultural que conduce a la optimización de los recursos humanos y permite sobreponerse a las situaciones adversas Kotliarenco (2011). Es decir, la interrelación de fuentes externas e internas que se activan en un proceso dinámico que vamos desarrollando a lo largo de la vida donde intervienen características personales, así como variables del entorno.

CATEGORÍAS

Fuentes de soporte externo (Yo tengo): referidos a las características del ambiente social.

Habilidades sociales y/o resolución de problemas (Yo puedo): referido a la capacidad para establecer relaciones y resolver problemas.

Fortalezas internas (Yo soy): referido a las características y rasgos propios de la persona desarrollados en el transcurso de la vida.

CÓDIGOS

modelos: juicios que refieren a la convicción del papel de la familia

modelo_familia

orientación

experiencia previa: poner en valor las experiencias previas

experiencia_pre via_venta

experiencia_pre via_confec ción

experiencia_pre via_comercio

personas que me van ayudar: red social y/o familiar que permite salir adelante

soporte_red

soporte_capital

acceso a servicios: servicios que ofrece el sector público

acceso a servicios_del estado_cursos

acceso a servicios_del estado_capacitación

afrontar obstáculos: fuerzas para superar dificultades

afrontar obstáculos_superación

dificultades_negocio

dificultades_personales

dificultades_género

encontrar alguien que me ayude: juicio que refiere a las posibilidades sobre sí mismo y el vínculo con el entorno

red de soporte

tomar decisiones: tomar decisiones que implican cambios en la vida de la persona

emprender

sostener el negocio

resolver problemas: acciones y estrategias para resolver problemas e identificar soluciones prácticas

resolver problemas_negocio

identificar_soluciones

aplicar_estrategias

esfuerzo: empleo energético para conseguir algo venciendo dificultades.

sacrificios_salir adelante

esfuerzos_para_negocio

esfuerzos_para_familia

metas: alcance del objetivo que se persigue

crecimiento_personal

meta_negocio

autoeficacia: juicio sobre las posibilidades de éxito que la persona reconoce en sí misma

autopercepción

iniciativa: preferencia por sostener acciones

iniciativa_resolver problemas

identificar oportunidades

identificar oportunidades: aprovechar las oportunidades para mejorar aspectos del negocio

necesidades_clientes

oportunidad_negocio

persistencia: persistencia para cumplir metas y aprender en el camino

cumplir_metas

aprender_errores

aprender_caídas

aprendizaje: juicios que refieren a valorar el emprendimiento como posibilidad de aprendizaje

aprender_haciendo

aprender_errores

responsabilidad: responsables con las actividades del emprendimiento y necesidades familiares

responsable_negocio

responsable_hijos

respeto: respeto hacia los clientes

actitud_empática

comunicación: habilidad importante para destacar en el negocio

comunicación_clientes

vínculos_clientes

estrategias

orientación al logro: acciones que se toman para cumplir metas

cumplir_metas

solucionar_problemas

compromiso_negocio_crecimiento

creer en Dios: fe para resolver dificultades

superar_dificultades