

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



TESIS

**FACTORES DE SOSTENIBILIDAD EN EMPRENDIMIENTOS DE LA COMUNIDAD
WOMAN POWER, PROVINCIA Y REGION CUSCO, 2018-2022**

PRESENTADO POR:

Br. DAYANNA ALISSONE QUISPE ALEGRIA

Br. LUIS APOLINAR VIRTO LOAYZA

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

ASESORA:

DRA. VICTORIA PUENTE DE LA VEGA APARICIO

CUSCO-PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: Factores de sostenibilidad en emprendimientos de la Comunidad Woman Power, Provincia y Región Cusco, 2018-2022 presentado por: Dayanna Alissone Quispe Alegria con DNI Nro.: 74240783 presentado por: Luis Apolinar Virto Loayza con DNI Nro.: 74435573 para optar el título profesional/grado académico de Licenciado en Administración.

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 1 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del *Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 5 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 16 de enero de 2024



Post firma... Victoria Puente de la Vega Aparicio

Nro. de DNI... 23843136

ORCID del Asesor... 0000-0002-5800-7564

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: <https://unsaac.turnitin.com/viewer/submissions/oid:27259:304428389?locale=es-MX>

NOMBRE DEL TRABAJO

**FACTORES DE SOSTENIBILIDAD EN EMP
RENDIMIENTOS DE LA COMUNIDAD WO
MAN POWER, PROVINCIA Y REGIÓN CUS
CO,**

AUTOR

LUIS -DAYANA VIRTO-QUISPE

RECUENTO DE PALABRAS

60156 Words

RECUENTO DE CARACTERES

333813 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

163 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

41.3MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 16, 2024 12:32 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 16, 2024 12:35 PM GMT-5

● 5% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 5% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)

DEDICATORIA

A mis padres Epifanía y Jesús, por formarme con amor y valores, inculcándome la perseverancia en la realización de nuestros sueños, a mis hermanas Evelyn y Sheri; a Nacho, mi mascota incondicional; y a mi compañero de tesis, quien compartió esta travesía de mucho aprendizaje.

Dayanna Alissone Quispe Alegria

A mis padres y hermanos, quienes fueron mi inspiración, motivación y siempre estuvieron presente en el proceso de este logro.

Luis Apolinar Virto Loayza

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y a la escuela profesional de Ciencias Administrativas, por habernos formado y desarrollado profesionalmente con valores y ética, así mismo a nuestros queridos docentes que nos enseñaron y transmitieron sus conocimientos y experiencias.

Expresamos nuestro profunda gratitud y agradecimiento a la Dra. Victoria Puente de la Vega Aparicio y a la Dra. Ana María Venero Vásquez, por su asesoramiento y guiarnos con sus conocimientos y atención, siendo de mucho aporte para el desarrollo de la presente tesis.

Nuestro más sincero agradecimiento los docentes, Mgt. Carlos Navarro Luna y Mgt. Rene Concha Lezama, quienes nos brindaron sus valiosas recomendaciones y consejos para hacer posible el presente trabajo de investigación.

Finalmente, agradecemos a las emprendedoras de la Comunidad Woman Power y a quienes nos brindaron su confianza y apoyo en el logro de esta tesis.

Los tesistas

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO.

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

En cumplimiento al Reglamento de Grado y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, ponemos a vuestra consideración el trabajo de investigación titulado “FACTORES DE SOSTENIBILIDAD EN EMPRENDIMIENTOS DE LA COMUNIDAD WOMAN POWER, PROVINCIA Y REGION CUSCO, 2018-2022” para optar al Título Profesional de Licenciado en Administración.

El presente trabajo de investigación fue desarrollado según las normas de investigación establecidas y tomando en consideración los elementos del proceso de investigación.

La presente tesis es el reflejo de los conocimientos adquiridos dentro de las aulas universitarias y la consolidación de las enseñanzas y experiencias a lo largo de la carrera laboral.

Atentamente,

Los tesistas

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “Factores de sostenibilidad en emprendimientos de la comunidad Woman Power, provincia y región Cusco, 2018-2022”, muestra una aproximación al estudio del emprendimiento en la ciudad del Cusco, identificando y describiendo los factores relacionados a la sostenibilidad en los emprendimientos; tiene relevancia puesto que el emprendimiento es un importante impulsor del crecimiento económico, fomenta la innovación para aprovechar nuevas oportunidades, aumentar la productividad, crear empleos y ayuda a resolver algunos de los desafíos más apremiantes de la sociedad, como se establece en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Muchos gobiernos, grupos de expertos, ONG y organizaciones internacionales de todo el mundo ahora ven el emprendimiento como una parte importante de la lucha contra la pobreza y la desigualdad social, promocionando el empoderamiento de las mujeres y la introducción de soluciones comerciales a los problemas ambientales globales, incluido el cambio climático (Bonet, 2021).

En el Perú, existe un incremento en la creación de emprendimientos sean de tipo comercial o social, los cuales tienen por finalidad la generación de utilidades y beneficio a la sociedad respectivamente, teniendo como visión la sostenibilidad y crecimiento en el tiempo; es así que, según estudios realizados por el General Entrepreneurship Monitor (GEM) indican que el Perú es el país más emprendedor a nivel de Latinoamérica y el caribe con una actividad emprendedora en etapa temprana (TAE) de 22.4% de tendencia relativamente estable (Serida Nishimura et al., 2020). Sin embargo, según datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) indican que las empresas dadas de baja por cierre o cese definitivo representó una disminución de 73.2% en referencia del año anterior; así también, se visualiza que el 53.6% de las

empresas en el Perú son lideradas por mujeres, lo cual evidencia la motivación y empoderamiento de la mujer en el sector empresarial (*Instituto Nacional de Estadística e Informática*, s. f.).

Mediante el presente trabajo de investigación, se busca identificar y descubrir las características personales, la gestión interna del emprendimiento y cómo están condicionados por el entorno; de esta manera, se presenta la motivación de estudiar los acontecimientos que últimamente se han ido percibiendo en los emprendimientos, tales como, la consideración del cuidado del medio ambiente como parte de su organización en la ejecución de sus procesos, la oferta de productos orgánicos y saludables, de calidad, atractivos e innovadores; asimismo, se tiene el ímpetu de contribuir con información actualizada sobre el fenómeno del emprendedurismo en nuestra región y de esta forma puedan realizar mejoras para el crecimiento y desarrollo económico. La presente investigación contiene cinco capítulos que se describen a continuación.

Capítulo I. “Planteamiento del problema” que contiene la descripción del problema, formulación del problema, objetivos de investigación, justificación, delimitación de la investigación y limitaciones.

Capítulo II. “Marco Teórico - Conceptual” que contiene los antecedentes de la investigación, bases teóricas y marco conceptual.

Capítulo III. “Hipótesis y Operacionalización de Categoría”, que contiene la hipótesis, categoría de estudio y matriz de operacionalización.

Capítulo IV. “Metodología” que contiene el tipo y diseño de investigación, unidad de análisis, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y técnicas de análisis de datos.

Capítulo V. “Resultados y Discusión” que contiene el procesamiento, análisis e interpretación de resultados y discusión de resultados.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, bibliografía utilizada y anexos que complementan este trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
PRESENTACIÓN.....	iii
INTRODUCCIÓN	iv
LISTA DE TABLAS	ix
LISTA DE FIGURAS.....	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción del Problema	1
1.2 Formulación del Problema	10
1.2.1 Problema General	10
1.2.2 Problemas Específicos	10
1.3 Objetivos de la Investigación	10
1.4 Justificación.....	11
1.4.1 Justificación Práctica	11
1.4.2 Justificación Metodológica.....	11
1.5 Delimitación de la Investigación.....	11
1.5.1 Delimitación Espacial.....	11
1.5.2 Delimitación Temporal.....	11
1.6 Limitaciones	11
II. MARCO TEORICO - CONCEPTUAL	13
2.1 Antecedentes de la Investigación	13
2.1.1 Antecedentes Internacionales	13
2.1.2 Antecedentes Nacionales	16
2.1.3 Antecedentes Locales	18
2.2 Bases Teóricas.....	19
2.2.1 Teoría del Emprendimiento	19
2.2.2 Teoría de la Sostenibilidad	25

2.2.4 Teoría de la Administración Estratégica	32
2.3 Marco Conceptual	51
2.3.1 Emprendimiento	51
2.3.2 Emprendedor	51
2.3.3 Emprendimiento sostenible	52
2.3.4 Creación de valor	52
2.3.5 Gestión.....	52
2.3.6 Economía	52
2.3.7 Desarrollo económico.....	52
2.3.8 Igualdad de género.....	53
2.3.9 Economía local	53
2.3.10 Poder adquisitivo	53
III. HIPOTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍA.....	54
3.1 Hipótesis.....	54
3.2 Categoría de Estudio	54
3.3 Matriz de Operacionalización	55
IV. METODOLOGÍA.....	58
4.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	58
4.1.1 En cuanto a su finalidad.....	58
4.1.2 En cuanto al diseño de la investigación.....	58
4.1.3 En cuanto al enfoque de la investigación	58
4.1.4 En cuanto a la prolongación del tiempo	58
4.1.5 Por el nivel de la investigación.....	59
4.1.6 Por el método de la investigación.....	59
4.2 Unidad de Análisis	59
4.3 Población y Muestra.....	59
4.3.1 Población de Estudio	59
4.3.2 Muestra	59
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	60
4.4.1 Técnicas	60

4.4.2 Instrumentos	61
4.4.3 Confiabilidad y Validez.....	66
4.5 Técnicas de Análisis de Datos.....	66
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	67
5.1 Procesamiento	67
5.1.1 Instrumento.....	67
5.1.2 Respuestas de la Entrevista.....	67
5.2 Análisis e Interpretación de Resultados	81
5.2.1 Unidad de Estudio	81
5.2.2 Resultados de la Investigación	86
5.3 Discusión de Resultados.....	106
CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES.....	114
REFERENCIAS.....	116
ANEXOS	127
Matriz de consistencia.....	127
Matriz de Operacionalización	128
Validación de la guía de entrevista	131
Guía de entrevista aplicada	132
Notas de campo para observación.....	138
Transcripción de las entrevistas aplicadas	139
Observaciones de las Notas de Campo	148
Fotografías de las Entrevistas Aplicadas.....	149

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. <i>Organizaciones en la ciudad del Cusco</i>	8
Tabla 2. <i>Ferias de emprendimiento en la ciudad del Cusco</i>	9
Tabla 3. <i>Principales definiciones de emprendimiento</i>	20
Tabla 4. <i>Corrientes de investigación según Chu (1998)</i>	22
Tabla 5. <i>Autores sobre factores internos</i>	35
Tabla 6. <i>Autores sobre factores externos</i>	44
Tabla 7. <i>Emprendimientos a estudiar</i>	60
Tabla 8. <i>Estructura de la entrevista para la categoría de características personales</i>	63
Tabla 9. <i>Estructura de la entrevista para la categoría de factores internos</i>	64
Tabla 10. <i>Estructura de la entrevista para la categoría de factores externos</i>	65
Tabla 11. <i>Respuestas de la categoría características personales</i>	68
Tabla 12. <i>Respuestas de la categoría factores internos de sostenibilidad</i>	70
Tabla 13. <i>Respuestas de la categoría factores externos de sostenibilidad</i>	76
Tabla 14. <i>Ferias de emprendimiento Woman Power</i>	82

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. <i>Discontinuidad de negocios por país</i>	3
Figura 2. <i>Diagrama del ecosistema emprendedor</i>	4
Figura 3. <i>El proceso emprendedor</i>	28
Figura 4. <i>Modelo del perfil de la competencia</i>	32
Figura 5. <i>Esquema general del Proceso Estratégico</i>	36
Figura 6. <i>Método de Investigación de los Factores de Sostenibilidad en Emprendimientos</i>	51
Figura 7. <i>Proceso de recolección de datos</i>	61
Figura 8. <i>Ubicación de la tienda multimarca Cassa Power</i>	82
Figura 9. <i>Flujograma de operaciones de Woman Power</i>	84
Figura 10. <i>Organigrama de la comunidad Woman Power</i>	85
Figura 11. <i>Análisis del segmento marketing y ventas</i>	92
Figura 12. <i>Análisis del segmento operaciones y logística</i>	93
Figura 13. <i>Análisis del segmento información y comunicación</i>	97
Figura 14. <i>Análisis del segmento tecnología, investigación y desarrollo</i>	98

RESUMEN

El presente trabajo de investigación inicia con el análisis de los índices de tasas de alta y baja de emprendimientos en el Perú, lo que supone que existe una brecha de estudio y conocimientos en el ámbito de sostenibilidad en el tiempo, así como los factores que influyen de manera directa e indirecta en el desarrollo de estos. El problema de investigación es ¿cuáles son los factores de sostenibilidad en emprendimientos de la comunidad Woman Power?, tiene como objetivo analizar los factores de sostenibilidad en emprendimientos de la comunidad mencionada. El estudio es de tipo cualitativo descriptivo, aplicado, no experimental, transversal e inductivo; la unidad de análisis son los emprendimientos femeninos de la comunidad Woman Power conformada por 200 emprendedoras, de las cuales 11 son parte de la muestra. Así mismo, la técnica aplicada son las entrevistas a profundidad y la observación. Las conclusiones muestran que las características personales de las emprendedoras, se destacan por su pasión, motivación por la independencia económica y competencias; en la gestión interna se enfatiza la importancia del marketing, operaciones y logística como puntos fuertes y la gestión de finanzas como punto débil; los factores externos, caracterizado por la inestabilidad política, económica y social, derivada del aspecto político-legal, se revela como una variable altamente sensible para el funcionamiento regular de las operaciones en los emprendimientos.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento, Emprendedora, Emprendimiento Femenino, Sostenibilidad.

ABSTRACT

The present research work begins with the analysis of the indices of registration and cancellation rates of entrepreneurship in Peru, which means that there is a gap in study and knowledge in the field of sustainability over time, as well as the factors that influence directly and indirectly in their development. The research problem is what are the sustainability factors in entrepreneurships in the Woman Power community, its objective is to analyze the sustainability factors in entrepreneurships in the aforementioned community. The study is qualitative descriptive, applied, non-experimental, transversal and inductive; The unit of analysis is the female ventures of the Woman Power community made up of 200 entrepreneurs, of which 11 are part of the sample. Likewise, the technique applied is in-depth interviews and observation. The conclusions show that the personal characteristics of the entrepreneurs stand out for their passion, motivation for economic independence and skills; In internal management, the importance of marketing, operations and logistics is emphasized as strong points and financial management as weak point; External factors, characterized by political, economic and social instability, derived from the political-legal aspect, are revealed as a highly sensitive variable for the regular functioning of operations in entrepreneurships.

Keywords.

Entrepreneurship, Entrepreneur, Female Entrepreneurship, Sustainability.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del Problema

En la actualidad se aprecia la importancia que tienen los emprendimientos en la economía local, siendo impulsores de crecimiento y desarrollo económico. En ese sentido se define al crecimiento y desarrollo económico como la búsqueda necesaria para el fortalecimiento de la sociedad mediante la participación con el fin de lograr el bienestar social y económico ya que estos indican un aumento en los estándares obligatorios para satisfacer necesidades básicas (Alburquerque, 2004).

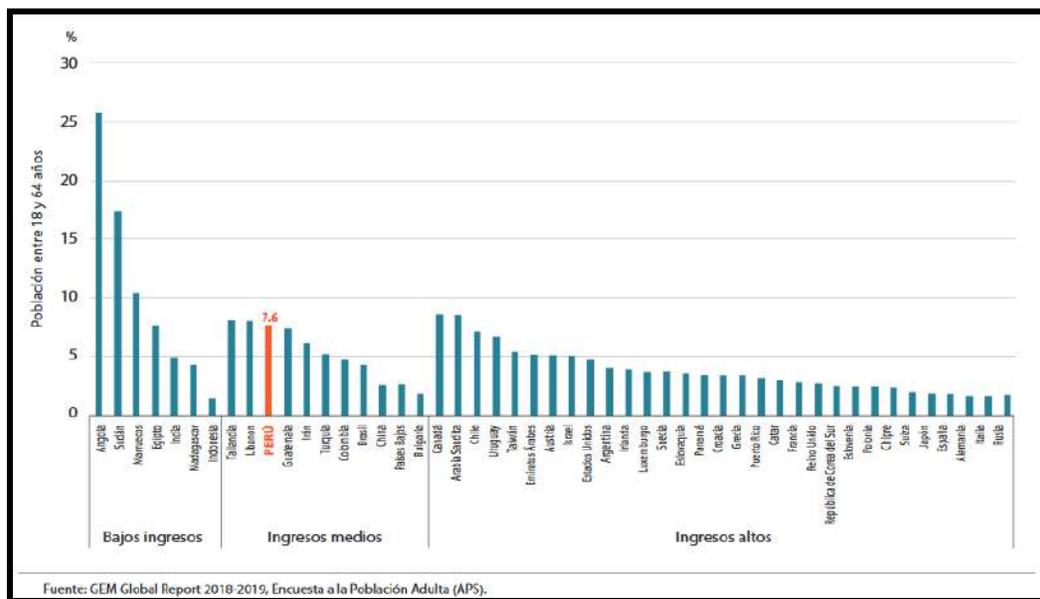
De esta manera, según estudios de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indican que a nivel mundial las personas de América Latina y el Caribe se destacan por tener habilidades necesarias para realizar el trabajo (57,5%), el menor temor al fracaso (27,1%) y la mayor motivación para realizar el trabajo (32,6%) (Serida Nishimura et al., 2020). Siendo el emprendimiento característica de la economía latinoamericana, como respuesta al desempleo y alternativa para la generación de ingresos (Zamora, 2018).

El informe sobre emprendimiento femenino publicado por el GEM y elaborado por Babson Colleague, Universidad de del Desarrollo, Smith Colleague, Korea Entrepreneurship Foundation (KEP), Universiti Tun Abdul Razak (UNIRAZAK) y el tecnológico de Monterrey, informa que la relación entre el nivel económico y educativo con el emprendimiento es inversa, ya que, a mayor nivel económico y educativo, menor es el ratio de emprendimiento. En Latinoamérica, se observa la región con las expectativas de crecimiento más bajas y la brecha de género más amplia. Se proyecta un aumento estimado del 17% para el emprendimiento femenino, en comparación con el 60% estimado para el emprendimiento masculino. Con respecto a la edad, la concentración mayor

de emprendimientos está entre los 25 a 34 años, y existe un pensamiento que desiste a la incorporación de empleados para los 5 años siguientes por la pérdida de oportunidades y la mejora de vida familiar. Podemos diferir que según lo que nos muestra, es que aún quedan retos como la motivación a continuar y consolidar el negocio ya que la necesidad predomina antes que la oportunidad (FMBBVA, 2017).

En el Perú, de acuerdo a cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) existen 3 118 298 millones de mypes en el país, asimismo, la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), indica que dichas mypes emplearon a 8.5 millones de trabajadores en 2022, este nivel de empleabilidad representa una aproximación del 45.9% del PEA en el país, es decir casi dos de cada cinco personas que conforman el mercado laboral pertenecían a una mype. De la misma manera, se observa que el 72.9% de las mypes son dirigidas por mujeres de 44 años, lo que significa que las ventas mediante la actividad que realizan representan parte importante en el ingreso familiar. De esta manera, se visualiza la gran importancia que tiene este tipo de empresa, ya que son generadoras de empleo y fomentan la participación activa de la mujer en la economía.

En la **Figura 1** se observa, la tasa de discontinuidad de emprendimientos periodo 2018-2019, situando al país en la posición 8 a nivel mundial, este indicador en el Perú ha mostrado una ligera tendencia hacia el descenso, pero indicando que hay factores que afectan a la sostenibilidad en los emprendimientos (Serida Nishimura et al., 2020). En referencia a ello, (Ravelo, 2012) afirma que, si bien el Perú es considerado uno de los países con mayor generación también es el primero en la tasa de mortalidad de las empresas, porque el 50% de las Mypes creadas quedan fuera del negocio antes de su primer año por deficiencias en la gestión y habilidades de negocio, sumado a ello, el empirismo en sus operaciones, el cual genera baja productividad y competitividad, por tanto, conlleva a una menor rentabilidad.

Figura 1.*Discontinuidad de negocios por país*

Nota. El gráfico de barras deja entre ver el grado de discontinuidad que existe a nivel mundial, según estudios realizados por el GEM Global Report 2018-2019, ubicando al Perú dentro de la economía de ingresos medios y con 7.6 puntos frente a las demás economías. De Serida Nishimura, J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O., & Guerrero de Lizardi, C. (2020). <https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/2070> *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019*. Universidad ESAN.

De igual manera, para que un emprendimiento cuente con las circunstancias adecuadas para su crecimiento, es esencial considerar el ecosistema emprendedor en el que se establece. Este ecosistema emprendedor comprende la combinación de diversos factores que afectan la aparición de emprendimientos en una zona geográfica específica. En consecuencia, a medida que el entorno emprendedor se fortalece, aumenta la probabilidad de que emerjan emprendimientos con éxito. Según Mazzarol (2014), indica que existen 9 variables claves para el desarrollo del ecosistema emprendedor, tal como se muestra a continuación.

Figura 2.

Diagrama del ecosistema emprendedor



Nota. El diagrama adaptado del modelo de Isenberg deja entre ver los factores que forman parte del ecosistema emprendedor, siendo referentes importantes para el nacimiento y desarrollo de emprendimientos. Por García Peña, A. (2019, abril 2) <https://gestion.pe/blog/innovar-o-ser-cambiado/2019/04/ecosistema-emprendedor.html/> *Ecosistema emprendedor* / Blogs. Gestión.

Por consiguiente, se requiere el apoyo del estado, el sistema financiero, además que se cuente con el apoyo de incubadoras, aceleradoras, así como de empresas que propicien el fortalecimiento del ecosistema emprendedor (García Peña, 2019). En ese contexto, en el Perú se observa que según informe del BCRP, el PBI al tercer trimestre de 2022 registró un crecimiento interanual de 1,7% tasa menor a la observada en el trimestre anterior (3,3%) (BCRP, 2022); en la misma línea, el reporte COMEX 2022 indica que las mypes constituyen ventas equivalentes a un 17% del PBI (158 017 millones de soles), a pesar de que se tiene un índice de capacidad de formalización de 0.248 en promedio nacional (siendo bajo con respecto a 1), es por ello donde que un 86.7% de mypes no cuenta con Registro Único de Contribuyente (RUC). De la misma manera, según datos de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) en el 2022,

la recaudación bruta de ingresos tributarios ascendió a S/ 183 402 millones, superándose con ello la meta anual recalculada de S/ 178 289 millones.

Por otro lado, la inflación se aceleró desde el 2021 debido al aumento mundial de los precios de los productos alimenticios y energía, estimuló a la demanda interna para apoyar la recuperación posterior a la crisis del COVID-19 y, más recientemente, a la interrupción temporal de las cadenas de distribución locales (*Perú Panorama general*, s. f.), lo cual afecta a los agentes económicos en el país. Al mismo tiempo, el Ministerio de la Producción (PRODUCE) es responsable directo de levantar información para la generación de políticas públicas en favor de los emprendedores ya que, la mayoría de veces brindan fondos no reembolsables para emprendedores y microempresarios generando sostenibilidad al ecosistema emprendedor, propiciando oportunidades y fortalecimiento de los mismos junto a los actores mencionados anteriormente (Farro, 2018).

En referencia al COVID-19 se tiene estudios que durante la pandemia, muchas personas quedaron desempleadas y obligadas a trabajar por cuenta propia, en gran parte a pesar del crecimiento de los empleos informales (Olórtegui-Alcalde & Mauricci-Zuloeta, 2021). Así mismo, según Datum se tiene que el 42% de los emprendimientos actuales nacieron en pandemia de los cuales, el 68% son dirigidos por mujeres que han apostado por esta aventura, siendo característico en el sur del país el emprendimiento por necesidad en un 61%.

En el Perú se ha registrado un incremento sostenido en la inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI); sin embargo, hoy solo representa el 0.13 % del producto bruto interno (PBI), cuando la mayoría de países desarrollados destinan más del 2 % (UTECH, 2022), en la misma línea, más del 94% de las mypes invirtió en tecnologías en el año 2022, de las cuales un 85% considera prioritarias los equipo de cómputo portátiles, indicando que el 96% de estas toma decisiones

basada en datos (News Center Microsoft, 2022); en efecto, esta situación ha acelerado los cambios digitales, laborales y tecnológicos que darán forma al futuro del trabajo y las relaciones laborales inminente a la digitalización empresarial (Heras García & Landeta Echeberria, 2021). Teniendo datos según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) el 89,2% de los usuarios de internet accedieron a este servicio a través del teléfono celular, por lo que representa una mejora en el desarrollo de sus operaciones, el cual respalda el avance de los emprendimientos al enfocarse en actividades que tienen enfoques novedosos de dar soluciones a problemas (Calánchez et al., 2022); en el aspecto financiero, según la sociedad de Comercio exterior del Perú (COMEX) señala que el 76.1% de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en Perú no realiza ningún registro contable, mientras que un 20.6% solamente realiza anotaciones personales de gastos o ingresos, el restante porcentaje lleva libros contables o utiliza un sistema completo de contabilidad; por consiguiente, se infiere que el éxito se define de cuán ágiles sean los emprendimientos para ser competitivas en el mercado, tomando como puntos principales a considerar; primero, la aplicación de herramientas de gestión y procesos de planificación estratégica; segundo, la gestión para fortalecer las relaciones con sus grupos de interés y por último, el acceso al financiamiento, siendo este un desafío para los emprendedores y microempresarios (Global Reporting Initiative, 2021).

En referencia a los procesos de planificación estratégica, desde el punto de vista de (D'alesio Ipinza, 2015) indica que esta favorece a la organización; primero, englobando a la (administración, marketing y ventas, operaciones, finanzas, humanos, informática y tecnología) ya que fija oportunidades y determina acciones innovadoras y estratégicas de dirección, etc. siendo pilar fundamental de las organizaciones y favoreciendo al desarrollo de resultados óptimos para el logro de objetivos y futuro deseado. Segundo, los factores externos crean efectos directos e indirectos y en diferentes grados de desarrollo empresarial, entre ellos se encuentra el entorno

Político, Legal, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico, conocido como el entorno “PESTE”. Es así que la gestión de la sostenibilidad es indispensable para toda mype que desee perdurar en el tiempo, siendo este uno de los retos principales y no ser vulnerables a desaparecer después de dos años de su nacimiento (Global Reporting Initiative, 2021).

Por otra parte, el GEM en el reporte para Perú del año 2018-2019, analiza las características del emprendedor peruano, en el que destaca las características demográficas y psicográficas, realizándose el estudio basado en la edad, sexo, nivel de instrucción y motivaciones; según sus motivaciones crea negocios por necesidad u oportunidad. Así mismo, el Perú maneja una economía con ingresos medios encontrándose junto Brasil y Tailandia, existiendo un emprendimiento por necesidad en un 1.7%; la edad predominante para el emprendimiento es de 18 y 44 años, que engloba el 76.2% de emprendedores, el otro factor considerado es el género, se tiene que el 41.2% son emprendimientos creados por mujeres, con respecto a la formación, los emprendimientos de edad temprana son dirigidas por personas con mayor formación que los emprendimientos ya establecidos, el 29.7% de estos últimos no culminaron los estudios secundarios; la situación laboral es una cualidad que aumenta según el grado en que el negocio se va convirtiendo en sostenible y consolidándose en el mercado, porque según va creciendo el negocio, requerirá de más tiempo para su gestión (Serida Nishimura et al., 2020).

La Región del Cusco, según el Índice de Competitividad Regional se encuentra en el décimo lugar entre 25 regiones con 4.7 puntos de 10, lo cual supone el por qué una de las ciudades más turísticas está rezagada en infraestructura, créditos, educación, empleo, etc., mostrando un incremento en la informalidad de 35% en el sector de comercio (Cámara de Comercio Cusco, 2022). En la misma línea, según datos de la Cámara de Comercio del Cusco, la tasa de desempleo en el área urbana es de 5.5%, cifra inferior en 0.61 puntos porcentuales al dato del año 2020 con

(6.11%), teniendo una tasa alta de 9.31% para la población con edad menor a 25 años, de la misma manera, se observa que la participación laboral de los hombres (83.68%) ha superado la registrada en las mujeres (76.5%); en promedio las mujeres tienen menos probabilidades de participar en el mercado laboral; es decir que por cada 10 personas empleadas solo 4 son mujeres.

Así mismo, el panorama emprendedor en la ciudad del Cusco nos muestra que existen diversos proyectos y programas dirigidos, conformados por empresarios y emprendedores, así también, dirigidos por instituciones tanto públicas como privadas, los cuales desde su creación tienen como objetivo brindar apoyo y soporte a los emprendedores, estos son:

Tabla 1.

Organizaciones en la ciudad del Cusco

Nro.	Institución	Característica
01	Proyecto 30M	Emprendimiento peruano que desarrolla capacitaciones gratuitas para mujeres emprendedoras en la ciudad del Cusco
02	Centro de Incubación y Servicios Empresariales “Emprende Cusco” (CISE)	Es un espacio de apoyo implementado por la Gerencia Regional de Desarrollo Económico del Gobierno Regional Cusco (CISE, s. f.).
03	Red Regional de Mujeres Emprendedoras y Empresarias Cusco (RED MEEC)	Creada por las Ordenanzas Regionales: O.R. 184-2020 CR/GR CUSCO Y O.R. 201-2021 CR/GR CUSCO. (Red Regional de Mujeres Emprendedoras y Empresarias de la Región Cusco / REDMEEC, s. f.)
04	Asociación Kallpa	Un grupo creativo y eficaz que viaja por todo el Perú, colaborando de manera participativa con ideas innovadoras para expandir las oportunidades de desarrollo sostenible a la población (Asociación Kallpa, s. f.).
05	Fundación YAKARI	Fundación que da capacitaciones a emprendedoras.
06	Red Emprendedora Perú	Una comunidad de emprendimiento creada en junio del 2020 que busca articular emprendedores y crear valor colectivo.

Nota. La presente tabla muestra las instituciones públicas y privadas que promueven el emprendimiento en la provincia del Cusco.

De la misma manera, en los últimos años se visualiza el incremento de la creación de emprendimientos, asociaciones y ferias emprendedoras dirigido en su mayoría por mujeres en diferentes puntos de la ciudad del Cusco, tal como se muestra a continuación.

Tabla 2.*Ferias de emprendimiento en la ciudad del Cusco*

Feria/Asociación/ Organización	Característica	Tiempo en el Mercado
Woman Power	Emprendimientos, Moda Sostenible y Tienda Multimarca	6 años
Mamá Emprende	Emprendimiento Femenino	5 años
Emprende Warmikuna	Emprendimiento Femenino	2 años
Emprendedoras Solidarias	Emprendimiento Social	2 años
Killary Fest	Emprendimientos	1 año

Nota. La presente tabla muestra las diferentes ferias, asociaciones y organizaciones de emprendedores a nivel de la provincia del cusco al año 2022.

De esta manera, la Comunidad Woman Power es un emprendimiento y organización dirigida a aquellas mujeres que quieren empoderar sus emprendimientos; esta comunidad o grupo abarca a diferentes emprendimientos de la ciudad del Cusco desde su inicio en junio del año 2018, además posee una tienda multimarca física (Cassa Power) dedicado a la exhibición y venta de los productos de las emprendedoras, todo a cargo de la CEO y fundadora Melissa Huaycho Ramírez; en esta comunidad se visualiza que, existe un bajo índice de consolidación de emprendimientos a pesar de que existe un alta tasa de creación de estas, percibiendo que hay pocos emprendimientos que superan la valla de discontinuidad, el cual es de 3.5 años de permanencia en el mercado según el GEM; asimismo, se visualiza que poseen una planificación estratégica empírica, el cual da origen a la gestión poco eficiente de las áreas internas del emprendimiento para promover su crecimiento; así también, las condiciones externas que constituyen un reto para las emprendedoras, por las características propias del Perú y la región; por último, la interrogante de identificar las características personales de las emprendedoras que desempeñan un rol fundamental en el logro de la consolidación y sostenibilidad de sus emprendimientos. De esta manera la presente

investigación es una oportunidad de estudio para llenar las brechas de información y entender los factores de sostenibilidad en los emprendimientos femeninos.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cuáles son los factores de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, Provincia y Región Cusco, 2018-2022?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Qué características personales presentan las emprendedoras de la comunidad de Woman Power?
- ¿Cuáles son los factores internos de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power?
- ¿Cuál es la percepción de las emprendedoras sobre la incidencia de los factores externos en la sostenibilidad de los emprendimientos de la comunidad Woman Power?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Analizar los factores de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, Provincia y Región Cusco, 2018 – 2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características personales en las emprendedoras de la comunidad de Woman Power.
- Analizar los factores internos de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power.

- Analizar la percepción de las emprendedoras sobre la incidencia de los factores externos en la sostenibilidad de los emprendimientos de la comunidad Woman Power.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación Práctica

Esta investigación permite describir el panorama situacional de los emprendimientos de Woman Power, de esta manera se identifica los factores de sostenibilidad que intervienen en los emprendimientos, siendo determinantes de su desarrollo y crecimiento óptimo. Asimismo, proporciona información que ayude a las emprendedoras en la toma de decisiones, así también contribuya a comprender el fenómeno del emprendimiento y el empoderamiento de la mujer en la Ciudad del Cusco.

1.4.2 Justificación Metodológica

La presente Investigación posee justificación metodológica debido a que se cuenta con un modelo para el estudio de los factores de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, adaptándose al fenómeno de estudio para el logro de objetivos correspondientes al trabajo de investigación.

1.5 Delimitación de la Investigación

1.5.1 Delimitación Espacial

La presente investigación está delimitada en la Ciudad del Cusco, Provincia y Región Cusco.

1.5.2 Delimitación Temporal

La presente investigación comprende al periodo del año 2018 al 2022.

1.6 Limitaciones

- **Información.-** No se cuenta con suficiente información y estadísticas sobre estudios de emprendimientos femeninos realizados en la Región del Cusco.

- **Tiempo.-** Reprogramación de entrevistas, por falta de tiempo de las emprendedoras, por temporada alta de ferias, pedidos y ventas.

II. MARCO TEORICO - CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

A. (Montero González & Camacho Ballesta, 2019) en la investigación titulada “*Características del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto*”, realizado en el periodo 2002 – 2017, de la Universidad de Granada – España, articulo para su publicación en la Revista de Estudios Cooperativos REVESCO, tiene como objetivo examinar las características de las emprendedoras que más inciden en los emprendimientos femeninos, si es de una forma positiva o negativa en la actividad empresarial tomando como referencia la Encuesta de Población Activa (EPA), los determinantes o factores se dividieron en tres aspectos; primero, los determinantes de los emprendimientos objetivos, que incluyen el género, la edad, la formación y la experiencia previa; segundo, se tiene los determinantes cognitivos y este incluye la percepción, autoeficacia, el miedo al fracaso y estereotipos, por último los determinantes impulsores o barreras que incluyen a las redes sociales, el acceso al financiamiento y el marco institucional. En tal sentido se empleó el método Logit binomial para determinar que variables afectan más en los emprendimientos femeninos en base a la data del 2017. La investigación tuvo las siguientes conclusiones:

- Con respecto al perfil de las que inician un emprendimiento son las mujeres mayores a 30 años, casadas y sin haber tenido estudios profesionales procedentes de países europeos.
- Los datos con respecto a la formación determinaron que mientras más preparadas sean, mayor es el número de negocios emprendidos o la capacidad para iniciar un negocio, a su vez estas se ven condicionadas por el lugar en el que residen para determinar en qué rubro de negocio emprender.

- Los negocios en los que más emprenden las mujeres son en el comercio al por menor y al por mayor, reparación de vehículos y hostelería, consideran que es una oportunidad con mejores condiciones que trabajar para alguna empresa o entidad.
- Se ha observado que la participación femenina en la administración pública fue aumentando, así como en la educación y docencia por tener más cualidades en el cuidado y enseñanza a niños.
- Así mismo las empresas femeninas están relacionadas a la intermediación financiera, seguros e inmobiliarias, servicios administrativos y científicos. Cabe resaltar que las mujeres son quienes más ayudan a empresas o negocios familiares a diferencia de los varones.

B. (Gutiérrez Cruz et al., 2021), la investigación titulada “*Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica*”, en el periodo 2021, por estudiantes de la Universidad de Alcalá y la IE Business School. IE University, España; artículo para ser publicado en la Revista de la Universidad de Alicante, tuvo como objetivo determinar las características de las mujeres emprendedoras en el turismo rural del país en el cual se realizó la investigación. Emplearon la metodología mixta, en primera instancia se llevó un análisis factorial, luego se realizó un análisis de conglomerados basada en entrevistas semiestructuradas de profundidad en el que se obtuvo las siguientes conclusiones:

- Que el apoyo y soporte familiar cumplen un rol fundamental en que sean exitosas con su negocio.
- Que el acceso al financiamiento y apoyo en la formalización de sus negocios son esenciales para su permanencia y crecimiento, sumado a ello la capacitación en negocios y gestión.
- Que al ser parte de una asociación o cooperativa turística obtuvieron mejores índices de ingresos y en consecuencia de utilidad, de esa manera subsistir y diversificar,

- Con respecto a la formación que tenían las emprendedoras, tienen como antecedentes que la mayoría de las mujeres solo tiene educación básica o primaria, el estudio revela que a pesar de las capacitaciones que se le brindaron, las mujeres relativamente más jóvenes obtuvieron más ingresos.

C. (Ávila et al., 2020), En la investigación “*Factores que inciden en el emprendimiento sostenible de las mujeres ecuatorianas*”, realizado en periodo 2020 por profesionales de la *Universidad Católica de Cuenca, Ecuador*, artículo para ser publicado en la Revista de Producción, Ciencias e Investigación, tuvo como objetivo definir los factores que inciden en la sostenibilidad de emprendimientos de las mujeres ecuatorianas, la investigación es de tipo descriptivo, documental y bibliográfico; al final de la revisión se obtuvo las siguientes conclusiones:

- Se identificó que las mujeres son motivadas por factores internos y externos para crear su propia empresa, y buscar una mejor forma de vida para su familia, afectar de una manera positiva en el desarrollo económico de su territorio, como parte de dar solución a la precariedad de empleo y necesidad de ser independientes económicamente, se tuvo la iniciativa de emprendimiento.
- La capacidad como destrezas personales, sociales y psicológicas tienen incidencia para iniciar un emprendimiento, estos permiten iniciar cambios en proyectos productivos.
- La formación y entrenamiento empleado por el gobierno como parte del Plan Nacional Toda una Vida para construir una sociedad con ética, emprendedora y solidaria tiene incidencia positiva en las oportunidades para mujeres en el emprendimiento de proyectos productivos, en la misma línea los programas fomentados por el gobierno empleado y abalados por su constitución, como es el programa EMPRENDECUADOR, crearon un ecosistema de

dinamización de su economía y oportunidad a las mujeres en tener un emprendimiento sostenible.

- La exoneración de impuestos de los dos años iniciales como proyecto del gobierno para fomento de los emprendimientos tiene una incidencia positiva en la creación y desarrollo sostenible de estos, en el mercado interno.
- La planificación económica y financiera tienen una incidencia positiva en el desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos femeninos, la rentabilidad financiera que representa la capacidad de inversión y cuánto es el retorno que se tiene de un capital invertido en un periodo de tiempo, fueron positivos en los negocios.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

A. (Chinchayán Oliva & Zevallos Ramos, 2018) en la investigación “*Análisis de los Factores de sostenibilidad en un emprendimiento social, caso de estudio Laboratoria Perú – Sede Lima*”, de la Pontificia Universidad Católica del Perú para optar al grado de licenciados en Administración, tuvo como objetivo el análisis de los factores de sostenibilidad del emprendimiento social Laboratoria Perú – Sede Lima. La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo teniendo como estrategia el estudio de caso, obteniendo las siguientes conclusiones:

- La unidad analizada es un emprendimiento social de mercado, ya que emplea enfoques empresariales para generar beneficios, ingresos y cubrir costos.
- En los factores críticos llegaron a la conclusión que el factor principal es el contar con un mecanismo sólido de financiamiento.

B. (Almanza Ambia & Del Alcazar Ruiz, 2020) en la investigación “*Factores relacionados a la consolidación de los emprendimientos: Diagnóstico y descripción en los emprendimientos consolidados de La Feria de Barranco*”, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, para

obtener el grado de Licenciada en Administración, tuvo como objetivo diagnosticar y describir los factores relacionados a la consolidación de emprendimientos. La metodología utilizada fue de carácter descriptivo – cualitativo, empleando el método Delphi el cual se dividió en cuatro fases, teniendo las siguientes conclusiones;

- La prosperidad de un emprendimiento se ve fuertemente influenciada por factores directamente vinculados al producto.
- La pasión y las ganas por parte del emprendedor son imprescindibles para lograr consolidar el proyecto.
- Los elementos vinculados a la planificación y ejecución del emprendimiento, así como las habilidades y valores personales del emprendedor, destacan como más significativos que aquellos relacionados con el entorno circundante.
- El espacio físico de venta es crucial para que un emprendimiento logre posicionarse en el mercado.

C. (Orihuela Ríos, 2022) en la investigación *Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias*; artículo para publicarse en la Revista Innova Research Journal, desarrollado bajo el paradigma interpretativo, con una metodología de enfoque cualitativo, analítico-sintético e inductivo; tuvo como objetivo analizar el emprendimiento femenino e identificar las características, motivos de éxito, limitaciones, implicaciones y consecuencias, llegando a las siguientes conclusiones:

- Las mujeres emprendedoras se caracterizan por ser perseverantes, positivas y nunca desmayarse ante cualquier situación adversa.

- Las emprendedoras adquirieron conocimientos financieros debido a la demanda del producto por parte del cliente y la falta de recursos disponibles. Como respuesta, idearon la política de pagos semanales.
- Las emprendedoras concuerdan en que su emprendimiento actual no es el primero; anteriormente, participaron en otras actividades comerciales que no generaron los beneficios esperados, y en algunos casos, solo eran rentables por períodos temporales.

2.1.3 Antecedentes Locales

A. (Bermúdez, 2019) en su trabajo de investigación titulado “**Emprendimiento social femenino y su incidencia en el desarrollo social de la provincia de Cusco en los años 2013- 2016**” artículo publicado en la Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas – UNSAAC, tuvo como objetivo explicar que el Emprendimiento Social Femenino, a través de la ética del cuidado y la educación inciden en el Desarrollo social de la Provincia de Cusco. La metodología utilizada fue de tipo explicativa y cualitativa, a través de su estudio y se obtuvo las siguientes conclusiones;

- Los emprendimientos sociales femeninos poseen diversas similitudes como la motivación, compromiso personal con la educación, importancia de las relaciones interpersonales y la importancia del sistema educativo.
- La importancia de las asociaciones estudiadas constituye proyectos de gran innovación, sostenibilidad y participación activa de la comunidad educativa.
- La participación de la mujer constituye un pilar importante en la economía familiar.

Así mismo, en referencia al tema a investigar, no se tiene antecedentes locales de estudios relacionados a factores de sostenibilidad y emprendimiento femenino como tal, en la revisión bibliográfica más cercana al tema son los estudios mencionados anteriormente, en consecuencia, lo vemos como una oportunidad para la generación de información y base para futuros estudios.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría del Emprendimiento

El emprendimiento en la actualidad es un factor fundamental en la economía y desarrollo de los países, es una alternativa clave como respuesta al desempleo y una forma de generar autoempleo para la obtención de ingresos, según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), los países con mayores indicadores de desarrollo son las que tienen mayores tasas de creación de empresas (Zamora, 2018); en la misma línea, el GEM considera que la actividad de los emprendimientos son clave para la generación de empleos, en consecuencia, este tiene impacto positivo en la economía y la sociedad (Serida Nishimura et al., 2020), porque estas juegan un papel importante para la generación de bienes y servicios para lograr el bienestar de la sociedad (Santos et al., 2013).

De esta manera, el emprendimiento implica la búsqueda y creación de actividades económicas apoyadas en las capacidades humanas, incluyendo el conocimiento personal (saber) y el conocimiento social, que permite al emprendedor utilizar las capacidades y recursos de la empresa, así como identificar oportunidades de mercado con la creación de nuevos productos, servicios, actividades o mercados; la actividad emprendedora es una muestra de cómo la sociedad recibe la resolución de problemas del consumidor con la satisfacción de sus deseos y necesidades, reconocer que esta genera empleos, la creación de políticas públicas, el fomento de una sociedad inclusiva con participación igualitaria y equitativa en todos los aspectos (Ahmad & Seymour, 2008).

En la literatura revisada visualizamos que diferentes autores definieron el término emprendimiento, quien utilizó el término por primera vez fue Richard Cantillon en el siglo XVIII en su obra “Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General”, definiendo el termino

emprendedor como “pionero de algo”, haciendo alusión a la persona que compra y vende un producto a un precio con un cierto grado de riesgo, así mismo considerándolos como parte del equilibrio entre la oferta y la demanda. A continuación, se muestra la variedad de definiciones de principales autores en referencia a este tema.

Tabla 3.

Principales definiciones de emprendimiento

Fuente (Autor)	Definición
Knight (1921)	Beneficios de soportar la incertidumbre y riesgo.
Schumpeter (1934)	Nuevos productos, nuevos servicios, nuevas fuentes de materia prima, nuevos métodos de producción, nuevos mercados y nuevas formas de organización.
Hoselitz (1952)	Incertidumbre, coordinación de recursos productivos, introducción de innovaciones y provisión de capital.
Cole (1959)	Actividad intencional para iniciar y desarrollar un negocio con fines de lucro.
McClelland (1961)	Toma moderada de riesgos.
Casson (1982)	Toma de decisiones sobre la coordinación de los escasos recursos.
Gartner (1985)	Creación de nuevas organizaciones.
Stevenson, Roberts, & Grousbeck (1989); Barringer & Ireland (2006)	La búsqueda de oportunidades sin tener en cuenta los recursos actualmente controlados.
Hart, Stevenson, & Dial (1995)	La búsqueda de oportunidades sin tener en cuenta los recursos actualmente controlados, pero limitados por las decisiones previamente realizadas por los fundadores y experiencia relacionada con la industria.
Shane & Venkataraman (2000)	Un campo de negocios busca comprender cómo las oportunidades crean algo nuevo.
Kuratko & Hodgetts (2004)	Un proceso dinámico de visión, cambio y creación.
Allen (2006)	Una mentalidad centrada en las oportunidades, orientada a la innovación y crecimiento.

Nota. La presente tabla muestra a principales autores que definieron el emprendimiento, lo cual fue base para hacer una definición integral por (Dollinger, 2008).

En la **tabla 3** muestra las diferentes perspectivas para definir el término emprendimiento, sin embargo, ninguno de ellos puede cubrir individualmente la complejidad de todo el fenómeno.

Con respecto a ello Dollinger (2008), menciona que estas definiciones tienen en común como son: la creatividad e innovación, control de recursos, organización económica, riesgo e incertidumbre que lleva a una definición integral del negocio como control y asignación de recursos para crear una organización económica innovadora dirigida con el objetivo de ganar o crecer frente al riesgo y la incertidumbre.

De la misma manera, Joseph Schumpeter profesor de Harvard, describe a la actividad emprendedora como algo importante en el sistema del mercado y que el emprendedor es solucionador generando innovaciones, que a su vez, definió a estas acciones como “Destrucción Creadora” porque se genera cambios y alteraciones en los procesos (Teran-Yeppez & Guerrero-Mora, 2020); el mismo autor menciona lo siguiente: “atribuye el papel principal en este tipo de desarrollo al emprendedor: Las acciones empresariales son el mecanismo principal en el proceso de desarrollo económico y la perturbación del sistema económico es imposible sin ellos”, refiriéndose así por primera a los individuos que generaban inestabilidades con sus actividades en los mercados (Avila Angulo, 2021, p. 35), por lo que considera que los emprendedores buscan retos constantemente, motivados por conseguir reconocimiento, sensación de superioridad, liderazgo y asimismo mejorar el lado económico (Quevedo, 2019).

Asimismo, cabe mencionar que existen corrientes de estudio desde diferentes perspectivas que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4.

Corrientes de investigación según Chu (1998)

Corrientes principales	Temas de investigación
Psicología: Rasgos y comportamiento	Las características de los emprendedores y el proceso emprendedor
Sociología: Social y cultural	Emprendedores de diferentes orígenes sociales o culturales
Economía	Relación entre el entorno económico y el espíritu emprendedor
Gestión empresarial	Habilidad, gestión y crecimiento de los emprendedores y de las empresas

Nota: En la tabla se muestra las diferentes corrientes que estudian el emprendimiento desde los enfoques de la psicología, sociología, economía y gestión empresarial, tomado de (Avila Angulo, 2021).

Como se puede apreciar en la **tabla 4**, las diferentes corrientes de estudio muestran que existen factores tanto personales, internos y externos para el desarrollo de los emprendimientos, la corriente psicológica como la sociológica se enfocan a las características personales, la económica a los aspectos externos y la gestión empresarial a la gestión interna de la organización, se puede inferir que desde ya, existía una noción del entendimiento y de la importancia de las condicionantes para el desarrollo de emprendimientos y organizaciones.

De acuerdo con Douglass North (1990); en el desarrollo de su teoría del crecimiento económico y la creación de empresas, menciona que el desarrollo y creación de emprendimientos son influenciados por factores socioculturales e instituciones, la marginalidad social, la religión, la familia, el pensamiento ideológico, el medio empresarial, la cultura y entre otros. Otra propuesta en la misma línea por ((Díaz Casero et al., 2005) menciona que el estado y sus instituciones son encargadas de fomentar la creación de empresas, porque son estas instituciones políticas y económicas quienes determinan las reglas de juego en el desempeño económico, ya que esta es una condicionante mediante incentivos y oportunidades. De la misma manera, se considera

importante a las normas culturales y sociales porque estas juegan un papel importante en el soporte de los emprendedores, están relacionadas con las actitudes y el reconocimiento social, la actitud con la que enfrentan fracasos y sean persistentes, así mismo los valores y aptitudes con el que se tiene una visión del mercado del país y extranjero (Serida Nishimura et al., 2020). Así mismo, según Quevedo (2019) los emprendedores tienen el valor de ser resilientes y enfrentar a los factores externos o exógenos que generan incertidumbre, mientras la tecnología avanza, aparecen nuevos retos y ponen al emprendedor en un segundo plano y este se ve obligado a innovar generando el desarrollo sociocultural.

En resumen, la complejidad y la importancia que tienen los emprendimientos en nuestra sociedad requieren un estudio y entendimiento para su desarrollo, podemos inferir que para su crecimiento intervienen factores, sean de aspectos personales o diferentes a esta, que están al alcance de ser controlados por la organización, influidos o acondicionados por aspectos externos del entorno en la que estas se desenvuelven, por ello se da la importancia a la necesidad de conocer y determinar cuáles y en qué medidas intervienen en la consolidación y sostenibilidad de los negocios.

➤ **Emprendimiento Femenino**

En base a la revisión teórica, la actividad emprendedora se desarrolla de acuerdo a las condiciones del entorno en que se encuentran, afectados por factores externos, internos y la influencia de los emprendedores que buscan el desarrollo personal y empresarial, coadyuvando a la creación de empleo y posibilidades en la mejora de su localidad y sociedad (Sparano Rada, 2014). Los aspectos sociales como influyentes en los emprendimientos cumplen un rol importante en el desarrollo de estas, entre la interacción de los intereses que les incentivan su práctica emprendedora y emprendedores, culmina en beneficios comunes de la comunidad, organización o

negocio, por lo que se da origen a la concepción de emprendimiento social, este tiene por objeto elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas dirigidas a la superación de una dificultad social y el logro de un beneficio común para un grupo humano por medio de actividades empresariales (Bargsted A., 2013).

La equidad de género es uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que se encuentra en la agenda de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), aparte de que la igualdad sea un derecho que busca en mundo próspero y equitativo, la ODS 5 busca facilitar que las mujeres y las niñas se desarrollen bajo la igualdad de género en el acceso a la educación y atención médica, oportunidades para conseguir el trabajo digno y la representación en decisiones políticas y económicas. Las empresas y el estado cumplen un rol clave al brindar oportunidades que permitan el empoderamiento económico femenino, fomentando el desarrollo económico y social (Chamorro González et al., 2022).

Así de esta manera, una muestra destacada del emprendimiento social, es manifestado a través de los emprendimientos femeninos, que al insertarse por necesidad o por oportunidad mantienen una actitud favorable y motivación para con sus objetivos utilizando alternativas de solución a la falta de ingresos, falta de empleo y situaciones no favorables, conociendo la incidencia de otros factores que se relacionan con el género femenino (Álvarez et al., 2012); cabe resaltar que se mantienen algunos rasgos psicosociales que limitan a las mujeres a emprender, tales como la creencia de que las tareas domésticas de la mujer son exclusivas para ellas y no puedan desarrollarse profesional y laboralmente.

Un factor de mucha importancia es el empoderamiento de la mujer, el empoderamiento se define como el control que las personas tienen para tomar sus propias decisiones sin sometimiento, construyendo su propia autonomía e identidad, así de esta manera, se define como el poder que

asumen las mujeres en su accionar en diversos escenarios para alcanzar sus objetivos (Aguayo & Hinrichs, 2015).

En ese sentido, Sánchez (2017) y Ordoñez (2021), determinan que los emprendimientos permiten a las mujeres superar adversidades y carencias, empoderarse y tomar un rol activo en la economía de la familia y la comunidad social, los ingresos que obtengan ayudan a cubrir las necesidades y deseos, hace que tengan participación en las decisiones del hogar, ser las protagonistas y tener la confianza desde su interior conscientemente, con autodeterminación y valor de sí misma, así el empoderamiento impulsa a las mujeres a enfrentar situaciones y transformarlas, de elegir ser una empresaria como proyecto de vida (Ruíz et al., 2022).

En resumen, los estudios acerca del emprendimiento femenino en los últimos años han buscado comprender y abordar las oportunidades y desafíos específicos que enfrentan las mujeres emprendedoras, así como su contribución al desarrollo económico y social, siendo fundamental para promover la igualdad de género y fomentar la participación de las mujeres en el ámbito empresarial.

2.2.2 Teoría de la Sostenibilidad

La sostenibilidad ha ido tomando importancia en el ámbito empresarial, por lo que las Mypes y emprendimientos también se vieron influenciados, el término sostenibilidad se popularizó en 1987 durante la Comisión Mundial para Medio el Ambiente y el Desarrollo (Comisión de Brundtland) en el que lo denomina como, una forma de desarrollo que atiende las necesidades presentes, sin comprometer la capacidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades, bajo esta definición, la sostenibilidad es soportada por tres dimensiones, el económico, ambiental y social (Gladwin et al., 1995). Por lo que se afirma que la sostenibilidad

implica combinar equilibradamente el crecimiento económico con el progreso, la inclusión social y el respeto al medio ambiente (García, 2009).

En el entorno del emprendimiento, Schaltegger & Wagner (2013, citado en (Reina Gutiérrez et al., 2018) mencionan que la sostenibilidad se refiere a la capacidad que tiene una empresa para sostenerse en el tiempo, es decir, el grado de desarrollo de capacidades y competencias. Se hace referencia a la habilidad de la organización para conservar su posición en el mercado y la industria, permitiéndole subsistir a lo largo de los años y generar rentabilidad y valor tanto para la empresa como para sus colaboradores.

Los factores que pueden afectar la sostenibilidad de los emprendimientos se clasifican en tres categorías; factores del emprendedor, referentes a sus habilidades y rasgos, factores internos, relacionados con las características de la empresa; y factores del entorno, relacionados con el ecosistema en el que interactúa la empresa (Reina Gutiérrez et al., 2018).

➤ **Emprendimiento Sostenible, Establecido y Exitoso**

En el ámbito de la literatura sobre emprendimiento, la medida de éxito generalmente no se relaciona con la cantidad de ingresos generados. En las primeras etapas del emprendimiento, el éxito se evalúa principalmente en términos de supervivencia. Así mismo cuando hablamos de un emprendimiento establecido se trata de aquel que posee una gestión de su negocio en pleno funcionamiento, ha realizado pagos a sus empleados, proveedores, etc. por más de 42 meses (Serida Nishimura et al., 2020). Considerando sinónimos las definiciones de sostenible, establecido y exitoso, ya que hacen referencia al período de tiempo que el emprendimiento debe cumplir.

En efecto, para el estudio de los factores que llevaron a los emprendimientos de la Comunidad Woman Power a llegar ser exitosos, establecido y sostenibles, se emplea el Enfoque

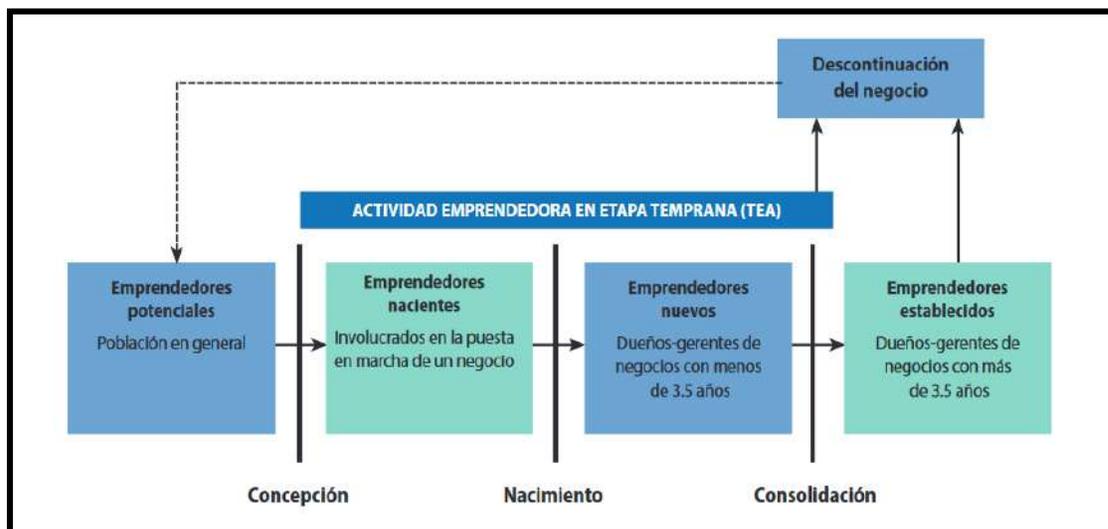
del General Monitor Entrepreneurship (GEM) para el estudio de las características personales y la Teoría de la Administración Estratégica para el estudio de los factores internos y externos.

2.2.3 Enfoque del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

El Global Entrepreneurship Monitor es la más extensa y reconocida organización internacional sobre la realización de estudios sobre emprendimientos y su influencia en la economía de los países del mundo, es así como han analizado a más de 100 estados en todo el mundo desde el año 1999.

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

Complementando la información, se toma como referencia a la óptica del GEM dando a conocer las etapas del proceso emprendedor y la clasificación de los emprendedores de acuerdo con el nivel y la antigüedad del negocio (Serida Nishimura et al., 2020); tal como se muestra en la figura a continuación.

Figura 3.*El proceso emprendedor*

Nota. El proceso emprendedor consta de cuatro etapas, iniciando con emprendedores potenciales, y estas pasan a crear un emprendimiento y se convierten en emprendedores nacientes, después pasando a ser emprendedores nuevos terminando siendo emprendedores establecidos después de superar los 3.5 años. De Serida Nishimura, J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O., & Guerrero de Lizardi, C. (2020). <https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/2070> Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019. Universidad ESAN.

A. Emprendimiento por Oportunidad

De acuerdo con el GEM, los emprendimientos por oportunidad, se dan por la identificación de oportunidades en el mercado y el interés de aprovecharlas o por el deseo de cumplir aspiraciones, los emprendimientos se incrementan acorde al avance de los países basado en un modelo económico de eficiencia e innovación (Serida Nishimura et al., 2020), la creación de nuevas empresas por oportunidad representan la motivación voluntaria de iniciar un emprendimiento mediante la realización de una idea de negocio, los países con altas tasas de ingreso per cápita tienen una mayor apertura comercial, inversión en educación, mayor número de registro de patentes, por lo que se tiene un medio o entorno adecuado para emprender identificando las oportunidades (Yagual & Pico, 2017).

Los emprendimientos por oportunidad, guardan una relación fuerte con los países más desarrollados, los emprendedores tienen como motivación tener un estilo de vida acorde a su medio, tomando la decisión de forma intencional de emplear un modelo de negocio que a largo plazo sea sostenible y viable (León & Cancino, 2014).

Los emprendimientos por oportunidad se clasifican en dos tipos, los dinámicos y por el estilo de vida, lo primero se refiere a las iniciativas empresariales que ven una oportunidad con un potencial de crecimiento, basado en el desarrollo económico y que estas son la fuente generadora de empleos nuevos y mejores influyendo directamente en la economía; el segundo tipo se refiere a emprendimientos que generan en buen entorno y ambiente en la comunidad, estas requieren de habilidades especiales y educación avanzada con habilidades empresariales, se focalizan en objetivos personales con una orientación de familia, motivados por el crecimiento y equilibrar el trabajo, circunstancias familiares y calidad de vida (Dawson et al., 2011).

B. Emprendimiento por Necesidad

De acuerdo con el GEM, en los emprendimientos por necesidad, los individuos buscan generar ingresos propios para subsistir ante contextos de desempleo, inconformidad con las condiciones de trabajo como dependiente, se dan en países en que el nivel de economía no es alta, a causa de los bajos niveles de innovación, especialización y falta de oportunidades (Serida Nishimura et al., 2020).

Los emprendimientos por necesidad se asocian con los países en vías de desarrollo y a condiciones de pobreza, su adición al desarrollo y crecimiento económico no es significativo, por otra parte, es una estrategia de supervivencia cuando las condiciones y oportunidades sean bajas, este tipo de emprendimientos generalmente son temporales porque se manejan

empíricamente, las personas quienes las conducen cuentan con formación básica o incompleta, no se realizan análisis de los factores para contar con una idea o plan de negocio acertado (León & Cancino, 2014).

C. Características del Emprendedor

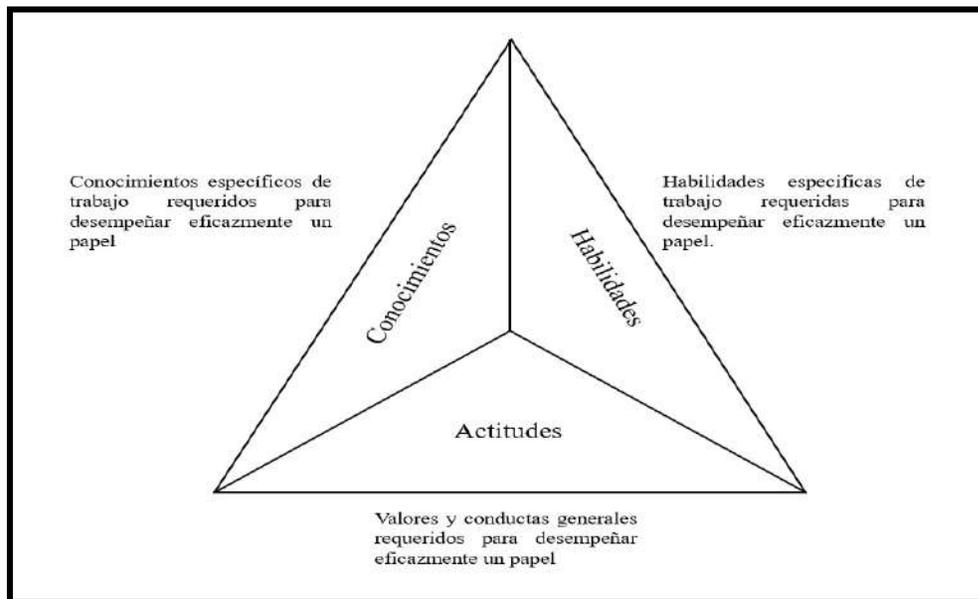
Son las capacidades que tienen las personas emprendedoras, este debe estar basado en competencias, a su vez incluye conocimientos, habilidades y actitudes, así como no tener miedo a emprender para conseguir objetivos, el perfil del emprendedor es que posea un pensamiento crítico, capacidad de comunicación, investigación, capacidad de adaptación, negociación, ética y resiliencia (Borja et al., 2020).

Así mismo, se considera como factores del emprendedor a la edad, existen rangos en las que las personas tienen más capacidad de emprendimiento y se obtienen mayores resultados, otro factor es la experiencia con la que cuentan las emprendedoras y esta aporta en la sostenibilidad del negocio, caso contrario los emprendimientos estarían propensos a fracasar, otro factor importante es la formación con la que cuentan los emprendimientos, esto garantiza en parte el éxito empresarial, el nivel de satisfacción que tienen los emprendedores con sus ingresos y empleo, la motivación para lograr la autonomía y logro (Reina Gutiérrez et al., 2018).

De esta manera, se utilizó el enfoque del GEM, y se trabajó con las características personales de edad, motivación, educación, situación laboral y competencias.

- **Edad.-** Según la Clínica Universidad de Navarra, la edad es el tiempo vivido por una persona expresado en años, teniendo periodos de desarrollo con características comunes, divididas en infancia, juventud, edad adulta y vejez.

- **Motivación.-** La disposición o voluntad hace que una persona realice ciertas acciones o métodos para lograr un objetivo determinado. Así mismo, de acuerdo a Santrock (2002, citado en Naranjo Pereira, 2009) lo define como, el conjunto de razones por las que las personas se comportan de las formas en que lo hacen; siendo esta vigorosa, dirigida y sostenida.
- **Educación/Formación.-** Es un proceso de aprendizaje y enseñanza que se desarrolla a lo largo de la vida y contribuye a la formación de la persona integral. Así mismo, se expresa que la educación se encarga de preparar a las personas para el ambiente dentro y fuera de su trabajo, ya sea en las organizaciones o no ya que la educación le proporciona a la persona una mente amplia para que pueda hacer un trabajo profesional Arthur Whitehill citado en (Chiavenato, 2001).
- **Situación Laboral.-** Según la OIT viene a ser la situación de la persona económicamente activa en relación con su trabajo actual (o trabajo anterior si está desempleado), ya sea como empleador, por cuenta propia, por cuenta ajena, trabajador doméstico no remunerado o afiliado a un sindicato.
- **Competencias.-** Son aquellos rasgos o estándares en el nivel de conocimientos, habilidades y actitudes específicas para tener éxito y ser eficientes en el desempeño de un trabajo o actividad (Kaplan & Norton, 2004).

Figura 4.*Modelo del perfil de la competencia*

Nota: El modelo de competencias está formado por tres puntos importantes teniendo como base las actitudes y valores individuales, sumándose a esta los conocimientos y habilidades con que el individuo debe contar para desempeñar un papel eficientemente, sacado del Autor Kaplan, R. S., & Norton, D. P. en el 2004, en su libro *Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business Press. Desde el sitio web [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vCnhFu52rosC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Kaplan,+Robert+y+Norton,+David.+\(2004\).+Strategy+maps.+Converting+intangible+assets+into+tangible+outcomes.+Boston,+Massachusetts:+Harvard+Business+School.+&ots=wN2MQJWmly&sig=xigcKT9woAAJSUKLbN90uBbR9kM](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vCnhFu52rosC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Kaplan,+Robert+y+Norton,+David.+(2004).+Strategy+maps.+Converting+intangible+assets+into+tangible+outcomes.+Boston,+Massachusetts:+Harvard+Business+School.+&ots=wN2MQJWmly&sig=xigcKT9woAAJSUKLbN90uBbR9kM)

2.2.4 Teoría de la Administración Estratégica

La administración estratégica fue profundamente estudiada por el Doctor Fred R. David, en su libro *Strategic Management* en 1986, quien define a la administración estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones multifuncionales que hacen que una organización se desarrolle logrando sus metas y objetivos, este se enfoca en integrar las áreas funcionales de una empresa, como es el marketing, las finanzas, la contabilidad, la producción y las operaciones, actividades de desarrollo e investigación y los sistemas de información para conseguir el éxito, cabe destacar que la administración estratégica constantemente es utilizada como sinónimo de planeación estratégica, este último se encarga de la formulación de estrategias

con un objetivo en el tiempo, sea a corto, mediano o largo plazo, en resumidas palabras es el plan de juego de la empresa; mientras que la administración estratégica integra más acciones, como la formulación, implementación y evaluación y que también es más usado en el ámbito educativo, mientras que la otra en el mundo empresarial (David, 2003).

Una forma práctica de la Administración Estratégica fue desarrollada por D'alesio, denominado proceso estratégico al cual lo considera como un conjunto de actividades que una organización emplea para alcanzar la visión establecida, desde un análisis de los factores internos y externos para determinar las fortalezas y debilidad, así como, las oportunidades y amenazas, con el fin de tener como resultado la formulación de estrategias deseadas a largo plazo (D'alesio Ipinza, 2015). Las etapas de la administración estratégica constan de tres y que a su vez contienen las etapas del proceso administrativo como; la planeación, organización, dirección y control, mostradas a continuación:

- En la primera fase, se encuentra la *formulación*, que comprende el proceso de planificación llevado a cabo por la organización, constituyendo ambos elementos lo que se conoce como planeamiento estratégico.
- La segunda fase es la *implementación*, en la cual los aspectos fundamentales incluyen los procesos de dirección y coordinación, conformando ambos la dirección estratégica.
- La tercera fase es la *evaluación*, donde el control y la corrección del proceso estratégico son elementos primordiales. Ambos constituyen el control estratégico, y dado que es un proceso iterativo, esta fase se desarrolla desde el principio.

Para efectos de la presente investigación, nos situaremos en la primera etapa que es la formulación, estudiando la situación actual y analizando los factores internos y externos que intervienen en la sostenibilidad de los emprendimientos de Woman Power, para los factores

internos se estudiara a la organización, partiendo de la administración, el marketing, las operaciones, finanzas, recursos humanos, la informática y la tecnología (análisis AMOFHIT), por otra parte se analizarán los factores externos, mediante el análisis de los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos (análisis PESTE), ambos análisis, tanto interno como externo en la medida y grado en que estas sean influyentes en los emprendimientos de la muestra para el presente estudio.

A. Factores Internos

Se refiere al ambiente interior de la organización, en donde se encuentran factores que si se puede controlar, esto determina las fortalezas y debilidades que sirven para medir el desempeño con relación a los competidores D´alessio Ipinza (2015), esta concepción es apoyada por Speth (2016) que considera que los factores internos son elementos en los que el negocio tiene influencia, de esa manera este puede intervenir o modificarlo de acuerdo a sus estrategias y objetivos; en gran medida los factores internos son elementos clave para alcanzar ventajas competitivas y ser sostenibles porque permiten a los negocios diferenciarse, basadas en la singularidad y complementariedad a su vez, existiendo un nivel alto de complicación al momento de ser imitados (Johannessen et al., 2001), desde el punto de vista de la Sociología Organizacional, Martin (2002, citado en Guzmán Vásquez & Trujillo Dávila, 2008) propone que los factores internos son entendimientos compartidos y que a su vez estas definen la vida de una organización.

Existen otros autores que se encuentran en la misma línea y se muestran a continuación.

Tabla 5.*Autores sobre factores internos*

Autor	Factores internos
Teoría de la Administración Estratégica (David, 2003) AMOFHIT	<ul style="list-style-type: none"> -Administración -Marketing y ventas -Operaciones y logística -Finanzas y contabilidad -Recursos humanos -Información y comunicación -Tecnología, innovación y desarrollo
(Jiménez et al., 2019),	<ul style="list-style-type: none"> -Tamaño de la organización -Crecimiento y productividad -Rentabilidad -Nivel de endeudamiento -Planeación estratégica -Capital humano -Innovación -Producción -Sistemas de información -Calidad
Davis y Lawrence (1991), Knight citado en (Guzmán Vásquez & Trujillo Dávila, 2008)	<ul style="list-style-type: none"> -Procesamiento de información -Especialización de los procesos

Nota. La presente tabla muestra el desarrollo del factor interno apoyado por diferentes autores, fuente elaborada en base propia adaptado de autores.

La presente investigación tomará los factores internos considerados por la teoría de la administración estratégica, que reúne de manera íntegra los factores mencionados por los distintos autores en el cuadro anterior, al análisis interno permitirá identificar y determinar el estado actual interno, a su vez este permite diseñar y crear estrategias para contrarrestar las debilidades y transformarlas en fortalezas.

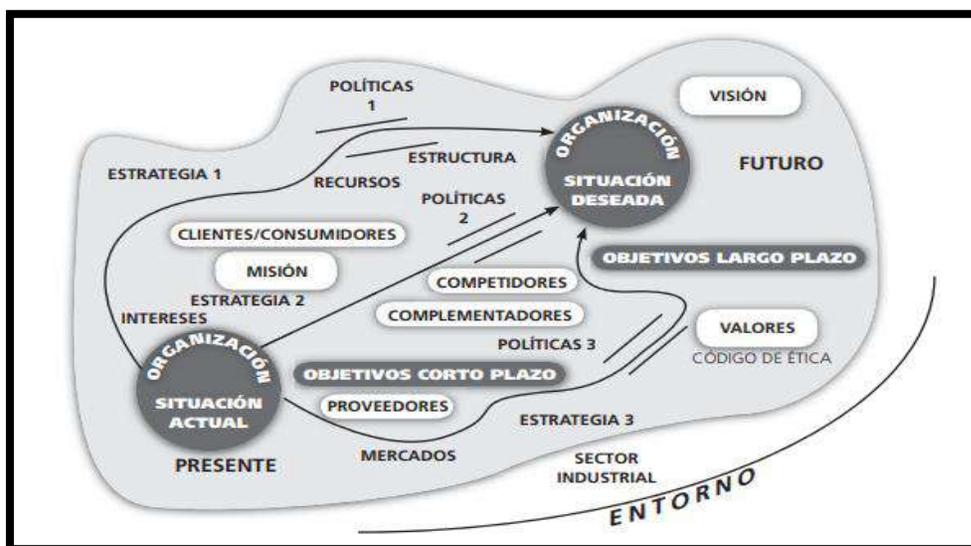
A.1 Administración

La administración es la gerencia que tiene la responsabilidad de la parte estratégica y operacional, así como determinar los objetivos y estrategias, la asignación inteligente de

recursos hacia las áreas funcionales, es la encargada del cumplimiento de la misión de la organización, la tarea principal es aumentar la productividad para asegurar la competencia en el sector en que se desenvuelve.

Figura 5.

Esquema general del Proceso Estratégico



Nota. La figura refleja la visión a futuro con la cual se aborda el proceso; las estrategias representan las vías que conducen a este estado futuro deseado y se implementan en el ámbito del sector, influenciado por el entorno, con actores que interactúan y compiten con la organización. Asimismo, las estrategias están encaminadas por objetivos de corto y largo plazo enmarcados dentro de una misión y una visión. Figura extraída del libro *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. Editorial Centrum. Autor D'aleccio Ipinza, F. A. (2015).

- **Objetivos.-** Es aquella intención explícita que se quiere lograr en base a la realización de una serie de actividades y procesos, siendo estos; específicos, medibles, alcanzables, realistas y temporales.
- **Visión.-** La visión es lo que se quiere conseguir en el futuro, respondiendo a la pregunta ¿Qué queremos ser?, por otro lado la visión de una empresa se concreta con el cumplimiento de objetivos trazados en un periodo largo. Teniendo como características; (D'aleccio Ipinza, 2015).

Una visión debe cumplir con las siguientes siete características:

1. Debe ser fácil de entender.
 2. Debe ser convincente, realista y ambiciosa al mismo tiempo.
 3. Debe tener un horizonte de tiempo que permita realizar cambios.
 4. Debe aplicarse a un área geográfica específica.
 5. Debe ser conocida por todos en la organización.
 6. Debe transmitirse de manera que genere un sentido de urgencia.
 7. Debe representar una idea clara de hacia dónde se dirige la organización.
- **Misión.-** Da a conocer la situación presente de la empresa, nos indica a que se dedica actualmente, que es lo que brinda y que ofrece. La misión se puede identificar con las respuestas a ciertas preguntas como ¿Cuál es nuestro negocio? Y ¿A quiénes nos debemos?, además a la misión se le considera como un factor determinante que motiva a toda empresa a conseguir la situación futura que desea, sus objetivos; es decir a conseguir su visión (D'alesio Ipinza, 2015).
1. Debe ser clara en su definición de la identidad de la organización.
 2. Debe inspirar una dirección exitosa.
 3. Debe ser lo suficientemente flexible para fomentar la creatividad, pero también limitada para evitar riesgos innecesarios.
 4. Debe ser contundente y distintiva, permitiendo que la organización se destaque de otras.
 5. Debe expresarse en términos que todos en la organización puedan comprender.
 6. Debe evocar emociones y sentimientos positivos.
 7. Debe motivar a las personas a tomar acción.
 8. Debe estar relacionada con la gestión operativa de la organización.

A.2 Marketing y Ventas

El marketing es el área funcional encargada de las decisiones relacionadas con el producto, la comunicación, distribución, precio, el uso de herramientas para el estudio de mercado, segmentación y posicionamiento del producto, a su vez están contenidas en las 4P's del marketing (plaza, precio, promoción y producto); todo con el fin de orientación empresarial centrada en la satisfacción de necesidades a través de la oferta de los bienes y servicios de la organización bajo las condiciones actuales de un mercado competitivo y globalizado (D'alesio Ipinza, 2015).

- **Plaza.-** Kotler lo define como “Un grupo de organizaciones interrelacionadas que participan en el proceso de proporcionar un producto o servicio destinado al uso o consumo por parte de un consumidor final o usuario comercial”. Dentro de la plaza es importante mencionar a la segmentación, Según American Marketing Association lo define como el proceso de subdividir un mercado en pequeños conjuntos diferentes de clientes que tiene una cierta forma de comportamiento, y para cada uno de ellos se establece una estrategia de marketing (Thompson, s. f.).
- **Precio.-** Kotler & Armstrong (2007) “El precio se refiere al monto de dinero que se paga por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios que obtienen al adquirir o utilizar dicho producto o servicio” (p. 309).
- **Promoción.-** Stanton, Etzel y Walker (2007) sostienen que la promoción es “Como todas las acciones, ya sean personales o impersonales, llevadas a cabo por un vendedor o su representante con el propósito de informar, persuadir o recordar a una audiencia específica”.

- **Producto.-** Según Kotler el producto es “lo que engloba todo lo que puede ser presentado al mercado para ser adquirido, usado o consumido, que tiene la capacidad de cumplir con un deseo o necesidad; esto incluye tanto bienes físicos como servicios, individuos, lugares, entidades organizativas e ideas.”

A.3 Operaciones y Logística

El área funcional de las operaciones es la encargada de la realización de los procesos para la producción de bienes y/o servicios, incluye funciones de logística, producción, mantenimiento y calidad, su gestión es particularmente complejo y crítico para el desarrollo de la organización.

- **Infraestructura.** – Es el equipamiento conformado por activos fijos, maquinas, equipos que facilitan la producción y/o fabricación, almacenamiento y su rotación.
- **Calidad.-** Según (Ishikawa, 2003), “La capacitación es el punto de partida y de llegada en la búsqueda de la calidad. Además, la calidad resalta el potencial óptimo de cada empleado un sistema de control de calidad que no produce resultados efectivos no puede considerarse un verdadero control”.
- **Producción.-** Implica la modificación o transformación adicionándoles bienes o productos para que estos sean capaces de satisfacer necesidades.
- **Almacén.-** Diego Morillo (2015, citado en (Elizalde-Marín, 2018), indican que el almacén forma parte de la cadena productiva y se ha especializado para suministrar la mercancía en perfecto estado. Además, en ocasiones los productos pasan por distintas fases del proceso productivo y requieren zonas para guardar los productos semielaborados.

- **Inventarios.** – Los inventarios o stocks según Díaz (1999), es la cantidad de inventario que una empresa tiene disponible actualmente, ya sea para las ventas comerciales normales o para su uso en la producción de bienes o servicios para ventas posteriores.
- **Distribución.** – Es aquel movimiento de bienes para la llegada al cliente, conforma parte de la responsabilidad de llegada y salida de suministros, productos terminados, es importante para el crecimiento de la organización y las operaciones.
- **Proveedores.** – Conjunto de personas o empresas que son encargados del suministro, abastecimiento de bienes o servicios para lograr un fin determinado, son los que generan entradas a la empresa.

A.4 Finanzas y Contabilidad

Es el área responsable de la obtención de recursos económicos en el momento oportuno, cantidad y calidad, el costo para que la organización pueda realizar sus operaciones sosteniblemente, realiza la gestión de las estrategias financieras a través de diferentes fuentes, como la retención de utilidades, sobregiros, préstamos bancarios, créditos de proveedores, incrementos en el capital de los inversionistas, emisión de acciones y endeudamiento a corto y largo plazo. Las decisiones importantes se toman en base al costo de oportunidad, riesgo y exposición financiera.

- **Capital.** – Se define como el patrimonio o bienes, ya sea estatal, privado, industrial, etc. cumple con la función de producir nuevas riquezas o ganancias, mediante inversión o préstamo, de la misma manera, Adam Smith define como aquella parte de sus posesiones que ha de constituir su fondo para llevar a cabo la producción.

- **Financiamiento.-** Según Casanovas y Bertrán (2013, citado en (Aponte Camargo, 2022) el financiamiento es la obtención de recursos por parte de una empresa, mediante modalidades y mecanismos, para adquirir bienes o servicios a plazos y con un costo.
- **Nivel de Ingresos.** – El MEF lo define como incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo, así mismo, hace referencia a la capacidad adquisitiva para demandar bienes o servicios.
- **Utilidades.** – Se refiere a la utilidad generada por el desarrollo del negocio, luego de deducir de los ingresos todos los costos y gastos incurridos en la producción o comercialización del producto.
- **Costos.** – Son recursos o activos que forman parte de un negocio y que se espera un beneficio a futuro, son las inversiones que una empresa hace para obtener ingresos y utilidades.

A.5 Recursos Humanos

El personal se reconoce como el recurso máspreciado de la organización, gestionando tanto los recursos materiales como los inmateriales. Este personal impulsa el ciclo operativo y establece relaciones que facilitan el logro de objetivos, estando influenciado por la motivación y las dinámicas grupales internas de la organización.

- **Remuneración.-** Chiavenato (2010, citado en Pérez et al., 2021) se refiere al pago de dinero que se paga a un empleado por el cargo que ocupa y los servicios que presta en un momento determinado”.
- **Capacitación.-** Según Chiavenato (2007) “El aprendizaje es un método temporal de entrenamiento, utilizado de manera formal y sistemática, a través del cual las personas

adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y capacidades en función de determinados objetivos”.

- **Tareas y/o actividades.-** “El trabajo implica la conformidad del empleado con las necesidades de su puesto, mostrando su capacidad para desempeñar su cargo de acuerdo con los objetivos de la organización” (Chiavenato, 2007, p. 236).
- **Clima organizacional.-** Chiavenato (2000) sostiene que el clima organizacional se puede definir como la calidad o características del lugar de trabajo que son percibidas o percibidas por los miembros de la organización y están relacionadas con el comportamiento de los empleados.
- **Rotación de personal.-** Es una herramienta de gestión interna que permite a las organizaciones ver el movimiento de sus empleados, es la salida, entrada o cambio de cargo de un colaborador.
- **Número de trabajadores.** – Es un indicador de permite identificar a los colaboradores, saber el tamaño de organización en aspectos de recursos humanos y así tomar decisiones.

A.6 Información y Comunicación

Brindan soporte de comunicación e información para la toma de decisiones, la ejecución de procesos productivos, cumplir con la metas y apoyo al área de marketing, la integración de cliente-organización, asignación de recursos, asimismo una función de esta área es la proveer información oportuna de los problemas.

- **Gestión de data.-** La gestión de datos es el procedimiento mediante el cual se almacenan, estructuran, utilizan y preservan los datos generados por la operación de sistemas de tecnología de la información que ejecutan aplicaciones empresariales, que ofrecen información analítica para respaldar la toma de decisiones operativas y la planificación

estratégica, dirigida a ejecutivos corporativos, gerentes comerciales y otros usuarios finales.”

- **Plataforma de Comunicación.-** Constituye la base para crear y ejecutar aplicaciones comerciales y comunicativas. Esta plataforma permite a los usuarios ejecutar sus aplicaciones sin preocuparse por la tecnología que las impulsa. Al mismo tiempo, permite al personal técnico agregar, mejorar o cambiar rápidamente la aplicación de software y aumentar la velocidad del negocio.

A.7 Tecnología, Innovación y Desarrollo

Esta área es la encargada básicamente del desarrollo de nuevos productos y procesos frente a la competencia, mejorar la calidad de los productos y los procesos de producción optimizando la productividad, automatizando procesos y los sistemas de gestión con el empleo de la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).

- **Innovación Tecnológica (IT).-** Según Nelson (1968, citado en Sánchez, 2011), la innovación es el proceso mediante el cual se introducen nuevos productos y tecnologías en el sistema económico. Complementando a lo expuesto se tiene que la IT, se refiere al procedimiento mediante el cual una empresa desarrolla un producto, servicio, proceso o modelo de negocio novedoso, o mejora de manera notable el rendimiento de uno ya existente, haciendo uso de la tecnología como enfoque.
- **Actualización de Conocimientos.-** Es el proceso que consta de adquirir nuevas habilidades, conocimientos y experiencia como resultado de la investigación para estar al tanto de los últimos avances en el campo.

A. Factores Externos

Se refiere al entorno de la organización y que esta fuera del control de esta. La influencia se puede dar en la organización a nivel global, regional, país y de sector. El entorno presenta oportunidades y amenazas externas que puedan beneficiar o afectar a la organización y a sus competidores en el sector, teniendo influencia directa como indirecta y en diferentes grados en el desarrollo de los emprendimientos. Los factores externos a considerar son la situación Política y Legal, Económica, Social, Tecnológica y Ecológica, conocido como el entorno “PESTE” (D’Alessio Ipinza, 2015).

En la misma línea, (Speth, 2016) menciona que se tratan de elementos que están en el entorno en el que se desarrollan los emprendimientos y organizaciones, no se puede tener un impacto o influencia sobre ellas porque no dependen del negocio.

Tabla 6.

Autores sobre factores externos

Autor	Factores externos
(Reina Gutiérrez et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento económico -Político tiene mucha influencia -Crecimiento del sector -Localización geográfica -Aglomeración de habitantes
(Begley et al., 2005)	<ul style="list-style-type: none"> -Político -Económicos -Leyes a favor del fomento de emprendimientos -Financiamiento -Oportunidad de mercado -Servicios de apoyo, profesionales -Relaciones personales con quienes poseen los recursos
Según Diana Rivenburgh, en su libro “The New Corporate Facts of Life” citado en (Philo, 2016).	<ul style="list-style-type: none"> -Innovación acelerada en los productos -Forma de gestionar los negocios -Inestabilidad económica -Incertidumbre financiera -Cambio de roles (los clientes son quienes tienen el poder mas no los accionistas o directivos) -Medio ambiente, factor que recobra mucha importancia en los negocios emergentes

Nota. La presente tabla muestra el desarrollo del factor externo apoyado por diferentes autores, fuente elaborada en base propia adaptado de autores.

B.1 Político y Legal

Son las fuerzas que determinan las reglas formales e informales, bajo las cuales se rigen las organizaciones, tienen un grado alto de influencia en las operaciones de los negocios, proveedores y compradores.

- **Inestabilidad política.** – La inestabilidad política es el estado de un país en el que el gobierno se ve afectado por la factores económicos, políticos y sociales que afecta la salud y la prosperidad del desarrollo de país. Esto no siempre cambia el gobierno, pero siempre muestra el fracaso por lo que existen revueltas políticas sobre la sociedad con manifestaciones, asesinatos y violencia.
- **Corrupción.-** Definido como mal uso del poder por parte de autoridades que buscan más el beneficio personal o de grupos reducidos que el de la población en general.
- **Formalización.-** Definido como la acción de cumplir con los procedimientos legales, sujeta a la normatividad en su ámbito; así mismo el impuesto es un tributo cuyo pago no origina una compensación directa otorgada por el gobierno en beneficio del ciudadano que paga impuestos.
- **Programa gubernamental.-** Son un conjunto de acciones y programas que permiten solucionar un problemas en la sociedad y son llevados a cabo por uno o más organismos públicos.
- **Fondo de apoyo.-** El Fondo de Apoyo, son fondos proporcionados por el gobierno con el objetivo de facilitar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPES) el acceso a financiamiento. Este respaldo busca ayudar a estas empresas a superar dificultades económicas ocasionadas por emergencias u otras circunstancias, así como promover el

desarrollo empresarial, permitiéndoles mantener sus operaciones, recuperarse y cumplir con el pago de sus obligaciones financieras.

B.2 Económico

Son las que determinan las líneas macroeconómicas, las condiciones de los financiamientos, inversión y tienen una incidencia directa el poder adquisitivo de los clientes, el comercio internacional, últimamente las inversiones son más volátiles e impredecibles.

- **Tasa de inflación .-** La tasa de inflación de acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas es el aumento general de los precios, con la característica de que el aumento es constante en base al aumento anterior, aumenta el coste de vida y pérdida del poder adquisitivo formando así la denominada “espiral inflacionaria” que genera la subida de salarios, que empuja los costes de producción y materias primas de manera continua, la inflación es un síntoma del deterioro de la economía de un país, por una mala política económica. La inflación se mide con el cambio porcentual de Índices de Precios al Consumidor (IPC).
- **Costo de materia prima.-** Se refiere al valor monetario que se incurre al realizar la compra de materias primas, equipos, suministros, servicios, mano de obra, productos, etc., que intervienen para la creación del producto o servicio.
- **Tipo de cambio.-** Se trata de la equivalencia establecida entre dos monedas de países distintos que sirve como base para las transacciones comerciales. En este contexto, el tipo de cambio se define como la cantidad de unidades de la moneda nacional que se requieren para obtener una unidad de la moneda extranjera, o viceversa.
- **Tasa de desempleo .-** Según la OCDE la tasa de desempleo se refiere a las personas que no se encuentran laborando, dispuestas a laborar pero no cuentan con un trabajo y que han

realizado acciones específicas para conseguir uno. Este indicador mide el número de personas desempleadas como porcentaje de la fuerza laboral ajustado a la temporalidad.

- **Poder adquisitivo.-** Definido como la cantidad de un bien o servicio que puedes comprar por una determinada cantidad de dinero, dependiendo del nivel de precios en el mercado.
- **Tasa de interés (Financiamiento).-** La tasa de interés es el precio que se paga por el uso del dinero, se expresa en términos porcentuales en un periodo de tiempo, el BCRP fija las tasas de interés de referencia con la finalidad de establecer un nivel para las operaciones interbancarias, que tiene efectos en las entidades interbancarias financieras con el público. En el Perú la tasa de interés de referencia es de 7.75% (BCRP, 2022).

B.3 Sociales, Culturales y Demográficos

Incluye creencias, valores, actitudes y estilos de vida desarrollados a partir del contexto social, cultura, demografía, etnia y religión que se encuentran en el ambiente de la organización, nos ayuda a definir el perfil de los consumidores, hábitos de compra, paradigmas mentales y comportamientos.

- **Conflictos sociales.-** Según el Diccionario Enciclopédico de Sociología se considera que un conflicto social se refiere a las diferencias, tensiones, rivalidades, desacuerdos, disputas y enfrentamientos de varios grados de intensidad que surgen entre diversas unidades en la sociedad, tanto dentro como fuera de roles sociales, grupos sociales, organizaciones, sectores sociales, sociedades, estados y entidades que operan a nivel supraestatal.
- **Estilos de vida y hábitos.-** Es el modo de vida de una persona, refleja la actitud, los valores y la cosmovisión de un individuo y este contiene a los hábitos definido como conjunto de comportamientos, actitudes forma de vida que tienen las personas en su día a día.

- **Festividades.** – Se hace referencia a sucesos o eventos culturales en los que las personas se preparan para festejar, agradecer, conmemorar y honrar determinadas circunstancias en fechas establecidas, las festividades son una forma de vivir de cada sociedad como parte de la cultura y hábitos desarrollados.
- **Cultura.-** Tylor lo define la cultura como la combinación de una serie de componentes como son el conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre, entre otras (Apud, 2011).
- **Emplazamiento geográfico.-** Es un lugar físico que ocupa una ciudad o núcleo habitado, se trata de una localización exacta del elemento y se distingue de la situación porque el emplazamiento implica la posición relativa en relación con algún fenómeno (Nacional, s. f.).
- **Competencia.-** Son aquellas organizaciones que buscan dominar el mercado en el mismo sector, según Porter (1980, citado en (Fernández, 2009) son cinco las fuerzas que constituyen la estructura de un sector, las organizaciones que se encuentran en el mercado ofertando sus servicios o bienes (rivalidad competitiva), los nuevos entrantes que desean ingresar al sector con el mismo producto (amenaza de nuevos entrantes), poder de negociación con los clientes, poder de negociación con los clientes y por último el hecho de que otras organizaciones desarrollen sustitutos de los productos o servicios que se ofertan (amenaza de los sustitutos).
- **Organizaciones de emprendimiento.-** Definido como un grupo, asociación, conjunto de personas con un fin en común, como es el emprendimiento y la difusión de este según afinidad o intereses.
- **Migración.-** Supone un cambio de lugar de algún límite geográfico, donde dichas personas migran por necesidad o en búsqueda de oportunidades.

- **Globalización.-** Un ambiente en el que las fronteras económicas desaparecen, existen fuerzas de poder influyentes en los países de mayor o en menor grado, donde se respeta las particularidades, diferencias y siendo tolerantes con los contrastes, bajo el pensamiento global buscando si ocasionan oportunidades y/o amenazas en la organización.

B.4 Tecnológico

Están caracterizadas por la aceleración del cambio e innovación científica, el progreso tecnológico, acceso amplio y difusión del conocimiento obligando a las organizaciones a adaptarse, estas se pueden convertir en fuente de ventaja competitiva sostenible.

- **Transformación digital.-** La transformación digital es un estado de constante innovación, como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnología de información, computación, comunicación y conectividad, el cual implica un cambio parcial o total en el modelo de negocio, la redefinición y adaptación permanente de los procesos operativos el acondicionamiento gradual de la organización, la cultura y de las personas (Vilaplana & Stein, 2020).
- **Innovación.-** Thompson (1965, citado en (Sánchez, 2011) indica que es la generación, aceptación e implementación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios.
- **Internet.-** Snell (1995), lo define como una red masiva de redes, infraestructura de redes que conecta a millones de computadoras unidas de forma global; formando una sola red en la que una computadora puede comunicarse con otra. Se toma en cuenta el riesgo que ocurre con el uso de internet como información falsa, mensajes encriptados para robar información, virus y hackers.

B.5 Ecológico

La importancia que va tomando en los últimos años se tiene que reconocer, la conciencia ecológica y la conservación del medio ambiente para las generaciones venideras. Las decisiones ambientales de las organizaciones son favorables para su imagen, operaciones, aspectos legales y demás, de acuerdo en la industria en que se encuentra y la comunidad en que opera.

- **Nivel de Conciencia ecológica.-** Dulanp y Jones (2002, citado en (Mediavilla et al., 2020) definen la conciencia ecológica como “el grado en que la personas son conscientes de los problemas relativos al medio ambiente como así también el grado de apoyo a los esfuerzos para resolverlos, y a la disposición a contribuir personalmente a su solución”
- **Cambio Climático.-** La Convención Marco sobre el Cambio Climático (CMCC), en su artículo 1, establece que el término “cambio climático” se refiere a alteraciones en las condiciones climáticas que se atribuyen directa o indirectamente a la actividad humana, las cuales modifican la composición de la atmósfera global y se suman a las variaciones naturales del clima observadas en períodos de tiempo comparables.

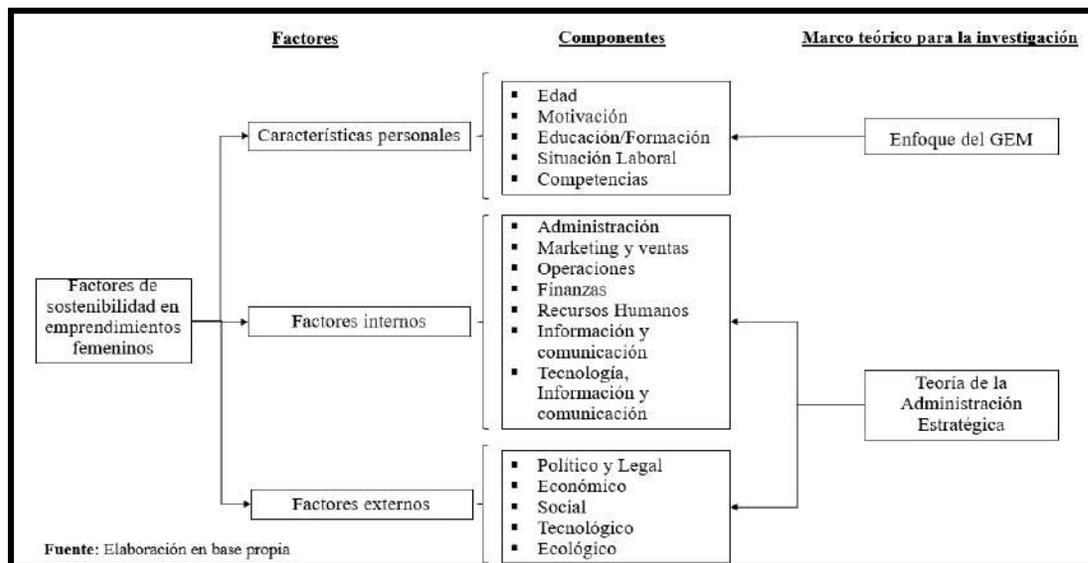
Los factores externos, por lo visto en las concepciones anteriores se puede determinar que para tener un buen desarrollo de los emprendimientos, con mayor grado de importancia en los países en vías de desarrollo es necesario crear un entorno propicio, pueden ser una limitante o favorable, si se tienen las condiciones adecuadas, estas serán soporte para el desarrollo económico y desarrollo (El-Namaki, 1988).

En resumen, para el proceso de desarrollo de los emprendimientos desde su creación, crecimiento, consolidación y sostenibilidad, intervienen muchos factores que se pueden estudiar en tres grupos, las características personales, los factores internos y por último los factores externos, estos factores

intervienen de manera directa o indirecta; en la **Figura 6**. Se muestra el modelo a utilizarse en la presente investigación elaborado a partir de las bases teóricas.

Figura 6.

Método de Investigación de los Factores de Sostenibilidad en Emprendimientos



Nota. En la presente figura se visualiza la propuesta en la que se basa la presente investigación para el estudio de los factores de sostenibilidad en emprendimientos, conteniendo los factores, componentes y la respectiva teoría a utilizarse. Serida Nishimura, J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O., & Guerrero de Lizardi, C. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*; D’Alessio Ipinza, F. A. (2015). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Emprendimiento

La RAE define la palabra “emprender” como acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

2.3.2 Emprendedor

Toca (2010, citado en (Patiño et al., s. f., p. 24), define al emprendedor como: “El individuo que desarrolla la capacidad para poner en marcha oportunidades a partir de ideas básicas, innova a

partir de este proceso y sortea los entornos hasta conseguir el objetivo que da origen a su motivación”.

2.3.3 Emprendimiento sostenible

Aquel emprendimiento que ha sobrevivido en el tiempo, obteniendo el éxito por ser característicos que la mayoría de los emprendimientos mueren al poco tiempo de haber iniciado actividades.

2.3.4 Creación de valor

Es la capacidad que tienen las empresas o sociedades para generar riqueza o utilidad. Para ello, por medio de su actividad económica. En el ámbito de la dirección estratégica, se define como el principal objetivo de las sociedades mercantiles, así como su razón de ser (Galán, s. f.).

2.3.5 Gestión

Según Frederick W. Taylor (1994, citado en (Manrique López, 2016) define a la gestión como “El arte de saber lo que se quiere hacer y a continuación, hacerlo de la mejor manera y por el camino más eficiente”

2.3.6 Economía

Según la RAE, define como la ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos.

2.3.7 Desarrollo económico

Según (Roldán, s. f.) se define como la capacidad que tiene un país de generar riqueza, reflejado en la calidad de vida de los habitantes. Algunos signos del desarrollo son; elevada calidad de vida de los habitantes, distribución de la renta relativamente igualitaria y crecimiento económico sostenible.

2.3.8 Igualdad de género

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), afirma que; mujeres, hombres, niñas y niños deban gozar, por igual, de los mismos derechos, recursos, oportunidades y protecciones, siendo este uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

2.3.9 Economía local

Según (Alburquerque, 2004), lo define como el proceso de acumulación de capacidades para mejorar colectiva y sosteniblemente el bienestar económico de la sociedad.

2.3.10 Poder adquisitivo

Según la RAE lo define como, la cantidad de bienes o servicios que pueden conseguirse con una cantidad de dinero fija según sea el nivel de precios. Es decir, la capacidad para la satisfacción de sus necesidades según su riqueza económica.

III. HIPOTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍA

3.1 Hipótesis

La presente investigación al ser un trabajo que se viene desarrollado bajo un enfoque descriptivo no cuenta con una hipótesis; de esta manera, no se hacen preconceptos y se busca analizar de acuerdo a la interpretación de las personas sobre la realidad investigada, por lo tanto no es posible medir (Amaiquema Marquez et al., 2019).

3.2 Categoría de Estudio

La Categoría a analizar es:

- Factores de sostenibilidad en emprendimientos

3.3 Matriz de Operacionalización

CATEGORÍA	CONCEPTUALIZACIÓN	SUBCATEGORÍAS	SEGMENTOS	CONCEPTUALIZACIÓN	SUB SEGMENTOS
Factores de sostenibilidad en emprendimientos	En el desarrollo de los emprendimientos intervienen factores, sean de aspectos personales o diferentes a esta, que están al alcance de ser controlados por la organización, influidos o acondicionados por aspectos externos del entorno en la que estas se desenvuelven; por ello la importancia de conocer y determinar cuáles intervienen en la consolidación y sostenibilidad de los negocios.	Características Personales	-	Las capacidades de las personas emprendedoras incluyen conocimientos, habilidades y actitudes, no temen emprender para alcanzar objetivos. El perfil del emprendedor requiere pensamiento crítico, comunicación, investigación, adaptabilidad, negociación, ética y resiliencia (Borja et al., 2020).	-Edad -Motivación -Educación/formación -Situación Laboral -Competencias
		Factores Internos De Sostenibilidad (AMOFHIT)	Administración	La administración es la gerencia que tiene la responsabilidad la parte estratégica y operacional así como determinar los objetivos y estrategias, la asignación inteligente de recursos hacia las áreas funcionales y el cumplimiento de la misión de la organización.	-Objetivos -Visión -Misión
			Marketing y Ventas	El marketing es el área funcional encargada de las decisiones relacionadas con el producto, la comunicación, distribución, precio, el uso de herramientas para el estudio de mercado, segmentación y posicionamiento del producto; todo con el fin de orientación empresarial centrada en la satisfacción de necesidades.	-Plaza -Precio -Promoción -Producto
			Operaciones y Logística	El área funcional de las operaciones es la encargada de la realización de los procesos para la producción de servicios y/o servicios, incluye funciones de logística, producción, mantenimiento y calidad.	-Infraestructura -Calidad -Almacén -Inventarios -Distribución -Proveedores

			Finanzas y Contabilidad	Es el área responsable de la obtención de recursos económicos en el momento oportuno, cantidad y calidad, el costo para que la organización pueda realizar sus operaciones sosteniblemente, realiza la gestión de las estrategias financieras a través de diferentes fuentes.	<ul style="list-style-type: none"> -Capital -Financiamiento -Nivel de Ingresos -Utilidades -Costos
			Recursos Humanos	El personal se reconoce como el recurso más preciado de la organización, gestionando tanto los recursos materiales como los inmateriales. Este personal impulsa el ciclo operativo y establece relaciones que facilitan el logro de objetivos, estando influenciado por la motivación y las dinámicas grupales internas de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> -Remuneración -Capacitación -Tareas y/o actividades -Clima organizacional -Rotación de Personal -Número de Trabajadores
			Información Y Comunicación	Brindan soporte de comunicación e información para la toma de decisiones, la ejecución de procesos productivos, cumplir con la metas y apoyo al área de marketing, asignación de recursos y proveer información oportuna de los problemas.	<ul style="list-style-type: none"> -Gestión de data -Plataforma tecnológica
			Tecnologías, Investigación Y Desarrollo	Esta área es la encargada básicamente del desarrollo de nuevos productos y procesos frente a la competencia, mejorar la calidad de los productos y los procesos de producción optimizando la productividad.	<ul style="list-style-type: none"> -Innovación tecnológica -Actualización de conocimientos
			Político – Legal	Son las fuerzas que determinan las reglas formales e informales, bajo las cuales se rigen las organizaciones, tienen un grado alto de influencia en las operaciones de los negocios, proveedores y compradores.	<ul style="list-style-type: none"> -Inestabilidad política -Corrupción -Formalización -Programa gubernamental -Fondo de apoyo

Factores Externos De Sostenibilidad (PESTE)	Económico	Son las que determinan las líneas macroeconómicas, las condiciones de los financiamientos, inversión, tienen una incidencia directa el poder adquisitivo de los clientes, el comercio internacional, etc.	<ul style="list-style-type: none"> -Tasa de inflación -Costo de materia prima -Tipo de cambio -Tasa de desempleo -Poder Adquisitivo -Tasa de Interés
	Social, Cultural Y Demográfico	Incluye creencias, valores, actitudes y estilos de vida desarrollados a partir del contexto social, cultura, demografía, etnia y religión que se encuentran en el ambiente de la organización, ayudando a definir el perfil de los consumidores, hábitos de compra y comportamientos.	<ul style="list-style-type: none"> -Conflictos sociales -Estilos de Vida y Hábitos -Festividades -Cultura -Emplazamiento geográfico -Competencia -Organizaciones de Emprendimiento -Migración
	Tecnológico	Están caracterizadas por la aceleración del cambio e innovación científica, el progreso tecnológico, acceso amplio y difusión del conocimiento obligando a las organizaciones a adaptarse, estas se pueden convertir en fuente de ventaja competitiva sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> -Transformación digital -Innovación -Internet -Riesgo en Internet
	Ecológico	La conciencia ecológica y la conservación del medio ambiente para las generaciones venideras, las cuales son favorables para su imagen, operaciones, aspectos legales y demás, de acuerdo en la industria en que se encuentra y la comunidad en que opera.	<ul style="list-style-type: none"> -Nivel de conciencia ecológica -Cambio climático

IV. METODOLOGÍA

4.1 Tipo y Diseño de Investigación

4.1.1 En cuanto a su finalidad

El trabajo de investigación es de tipo Aplicado “sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas de la realidad. La investigación aplicada normalmente identifica la situación problema y busca, dentro de las posibles soluciones, aquella que pueda ser la más adecuada para el contexto específico (Vara-Horna, 2012, p. 202).

4.1.2 En cuanto al diseño de la investigación

No experimental, se realiza el estudio sin manipulación intencionada de la categoría de análisis en que los fenómenos se observan sólo en su entorno natural y luego se analizan (Hernández Sampieri et al., 2018).

4.1.3 En cuanto al enfoque de la investigación

Cualitativa; el objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas (Taylor & Bogdan, 1992). Así mismo, la investigación utiliza diferentes herramientas para recolectar datos, como entrevistas, fotografías, observaciones, grupos focales, que describen el comportamiento y el nivel del problema, así como su significado en la vida de los participantes, ayudando a obtener datos más objetivos y reales en la investigación.

4.1.4 En cuanto a la prolongación del tiempo

Transversal, “Los diseños de investigación transeccional o transversal recopilan información en un solo punto en el tiempo, en un momento específico. Su objetivo es proporcionar descripciones

de variables y examinar cómo estas se relacionan e impactan mutuamente en un momento dado” (Hernández Sampieri et al., 2018, p. 187).

4.1.5 Por el nivel de la investigación

Descriptivo, se define así porque buscará detallar propiedades y características importantes de cada fenómeno analizado, describir tendencias y perfiles de un grupo o población (Hernández Sampieri et al., 2018).

4.1.6 Por el método de la investigación

Inductiva, los investigadores crean ideas, hechos e hipótesis basado en datos. Si hay eventos y comportamientos que se siguen repitiendo, se supone que existe algún tipo de propiedad descriptiva. Es decir es la transformación de observaciones a leyes generales (Vara-Horna, 2012).

4.2 Unidad de Análisis

Emprendimientos femeninos consolidados de la comunidad Woman Power, Provincia y Región del Cusco.

4.3 Población y Muestra

4.3.1 Población de Estudio

La Comunidad Woman Power está conformado por 200 emprendimientos provenientes de distintos distritos de la Provincia del Cusco desde su inicio en junio del año 2018 al 2022, existiendo una variedad de rubros y tamaños en emprendimientos como son; repostería, ropa, joyería, accesorios, restaurantes, etc.

4.3.2 Muestra

La presente investigación utiliza el muestreo No probabilístico por conveniencia; ya que este tipo de muestreo selecciona a individuos de una población por características comunes de acuerdo al objetivo de investigación; basándose en la óptica del GEM tomando en cuenta el proceso

emprendedor, considerando a los emprendimientos consolidados (3.5 años a más en el mercado). Además que, para el tipo de estudio cualitativo el tamaño mínimo sugerido es de diez casos (Hernández Sampieri et al., 2018); por lo tanto, para fines de esta investigación el tamaño de muestra es de 11 emprendimientos tomados en cuenta de acuerdo a la cantidad por rubro.

Tabla 7.

Emprendimientos a estudiar

N°	Emprendimiento	Rubro	Tiempo en el Mercado	N° de personal fijo
1	Emprendimiento 1	Ropa	7 años	5
2	Emprendimiento 2	Ropa	5 años	1
3	Emprendimiento 3	Producción de derivados de productos orgánicos	4 años	5
4	Emprendimiento 4	Ferías	6 años	9
5	Emprendimiento 5	Ropa	3.5 años	1
6	Emprendimiento 6	Accesorios	7 años	7
7	Emprendimiento 7	Repostería y pastelería	4 años	1
8	Emprendimiento 8	Repostería y pastelería	4 años	1
9	Emprendimiento 9	Artesanías y manualidades	5 años	2
10	Emprendimiento 10	Repostería y pastelería	8 años	2
11	Emprendimiento 11	Producción de bebidas y Licores	6 años	10

Nota. La presente tabla muestra la cantidad de emprendimientos, rubro, tiempo en el mercado y número de personal fijo (incluido la propietaria), que formaron parte del presente estudio de investigación.

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.4.1 Técnicas

A. Entrevistas.- Las entrevistas cualitativas son más íntimas, flexibles y abiertas, definidas como un encuentro conversacional, intercambio de información entre una persona (entrevistador) y otra persona (entrevistado). En la entrevista, a través de preguntas y respuestas, se logra la comunicación y construcción general de significados relacionados con un tema (Hernández Sampieri et al., 2018).

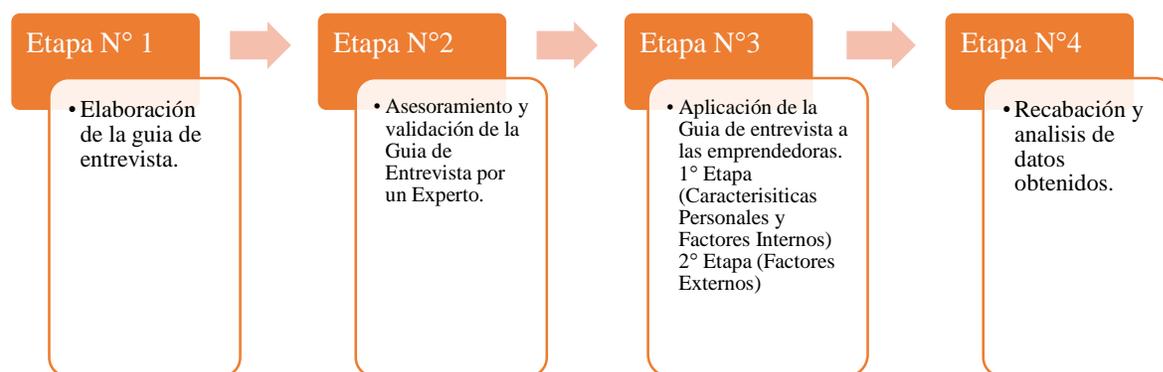
- **Entrevista a profundidad;** "Una entrevista en profundidad se distingue por ser una conversación personal extensa y sin una estructura rígida, en la cual el entrevistado tiene la intención de expresar de manera abierta sus opiniones, actitudes o preferencias sobre el tema que está siendo investigado" (Carmona & Flores, 2007, p. 250).

B. Observación.- Técnica que nos permitirá recabar información en base a las inferencias, comportamientos de las emprendedoras durante la entrevista a través de la observación directa como investigadores (Hernández Sampieri et al., 2018).

A continuación, se muestra el proceso a llevarse a cabo para la recolección de datos para nuestra presente investigación, según los objetivos planteados.

Figura 7.

Proceso de recolección de datos



4.4.2 Instrumentos

- A. Guía de Entrevista.-** Es el listado de preguntas de tipo estructuradas, semi estructuradas y no estructuradas, que prepara el investigador para interrogar al entrevistado. Para el presente estudio se emplea la entrevista a profundidad con preguntas semiestructuradas; siendo esta validada por un profesional experto en el tema.

B. Notas de campo.- Son notas relacionadas con los acontecimientos vividos a través de la escucha y la observación directa del entorno (Hernández Sampieri et al., 2018).

4.4.2.1 Estructura de la Guía de Entrevista

Tabla 8.

Estructura de la entrevista para la categoría de características personales

Objetivo	Categoría	Subcategoría	N°	Preguntas
1. Identificar las características personales en las emprendedoras de la comunidad de Woman Power.	Características personales	Preguntas generales para iniciar	1	¿Cuál es su nombre completo?
			2	¿Cuál es el cargo que desempeña en la organización?
		Edad	3	¿Cuántos años tiene? ¿A los cuantos años inició su emprendimiento?, ¿Cree que la edad constituya un factor relevante a la hora de emprender?
		Motivación	4	¿Nos puede comentar sobre su motivación cuando inició y su motivación actual con su emprendimiento?
			5	¿Qué influyo para que emprendiera en el rubro al cual se dedica?
		Educación / Formación	6	¿Cuál es su grado de formación académica? ¿Usted cree que su grado de formación influyó en su emprendimiento?
			7	¿Ud. Piensa que es indispensable contar con educación para emprender?
		Situación Laboral	8	Nos puede comentar la relación que tiene su emprendimiento y su situación laboral, si usted se autoemplea, si tiene un trabajo adicional, los tiempos de dedicación, y otros aspectos relevantes.
			9	¿Su emprendimiento se basa en la experiencia de algún trabajo anterior?
		Competencias (Conocimientos, habilidades y actitudes)	10	Nos podría comentar los conocimientos que posee para el manejo y gestión de su emprendimiento.
			11	¿Qué habilidades posee para el desarrollo de su emprendimiento?
			12	¿Cuáles son las actitudes que posee como emprendedora, cuán importantes considera que son y por qué?

Nota. Elaborado en base a la guía de entrevista

Tabla 9.*Estructura de la entrevista para la categoría de factores internos*

Objetivos	Categoría	Subcategoría	N°	Preguntas
2. Analizar los factores internos de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power.	Factores internos de sostenibilidad	Preguntas generales para iniciar	01	¿Cuánto tiempo tiene su emprendimiento en el mercado?
			02	¿Cuál es el rubro de su emprendimiento?
			03	¿Su emprendimiento esta formalizado?
			04	¿Cuál es la percepción que usted tiene del manejo y gestión de su emprendimiento?
		Administración	05	Según su opinión, como realiza la administración y planificación de estrategias en su emprendimiento.
			06	¿Nos podría comentar qué aspectos considera relevantes para tener una buena administración de su emprendimiento?
		Marketing y Ventas	07	Cuán importante considera que es el marketing y como lo emplea en su emprendimiento?
		Operaciones y logística	08	Cuéntenos, cómo realiza la gestión de las operaciones en su emprendimiento, teniendo en cuenta que esta incluye la producción, calidad, almacenamiento y transporte.
		Contabilidad y finanzas	09	¿Nos podría comentar con que capital inició y cómo está conformado actualmente?
			10	¿Cómo realiza la gestión de su contabilidad y finanzas de su emprendimiento, considera que es rentable?
		Recursos humanos	11	Coméntenos acerca de cómo realiza la gestión de los recursos humanos en su emprendimiento.
			12	¿Con cuántos trabajadores inició su emprendimiento y como ha ido creciendo este número hasta la actualidad?
		Información y comunicación	13	¿Nos podría comentar como realiza la gestión de información y data en su emprendimiento?
			14	¿Qué medios utiliza para la comunicación de información en su emprendimiento?
		Tecnología, investigación y desarrollo	15	¿Usted realiza innovaciones tecnológicas para gestionar de manera más eficiente los recursos en su emprendimiento?
			16	Usted investiga y/o toma en cuenta la actualización de información para la mejora continua de su emprendimiento.
		Preguntas generales para concluir	17	¿De acuerdo con su experiencia, coméntenos qué aspectos internos considera más importante para que su emprendimiento sea sostenible? (planificación, uso de redes, calidad, etc.)

Nota. Elaborado en base a la guía de entrevista

Tabla 10.*Estructura de la entrevista para la categoría de factores externos*

Objetivos	Categoría	Subcategoría	Nº	Preguntas
3. Analizar los factores externos más sensibles a la sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power.	Factores externos de sostenibilidad	Preguntas generales para iniciar	01	¿Cómo influyó el entorno en el desarrollo de su emprendimiento?
			02	Coméntenos, cómo influyo la pandemia en su emprendimiento.
		Político y legal	03	¿Cómo considera usted que los aspectos políticos (cambios de gobierno, corrupción, inestabilidad política, entre otros) en los diferentes niveles de gobierno influyen en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento?
			04	¿Cree usted que las leyes que existen en el Perú (formalización, tributación, otros) incidieron de alguna manera el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento?
			05	¿Cuál es su opinión acerca de los programas gubernamentales que existen, así como los fondos de apoyo para el fomento de los emprendimientos?
		Económico	06	¿Cuál es su percepción del entorno económico (PBI, inflación, tipo de cambio, costos de Materia Prima) para el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento, por qué?
			07	Como considera que el desempleo influye en su emprendimiento, sabiendo que reducen su poder adquisitivo, buscan nuevas fuentes de ingreso, entre otros.
			08	¿Cuál es su opinión respecto al financiamiento externo, considera que es una oportunidad para su emprendimiento?
			09	¿Cómo influyo la pandemia en el aspecto económico de su emprendimiento?
		Social, cultural y demográfico	10	Con respecto a su emprendimiento, como considera al entorno social del entorno (Conflictos sociales, huelgas, estilos de vida, hábitos, otros)
			12	En el aspecto cultural de nuestro entorno, como influyo en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento. (Festividades, costumbres, creencias, entre otros)
			13	Usted cómo considera que influyó el entorno geográfico de la ciudad del Cusco (migración, competencia del mercado, población, segmentación, otros) en la creación, desarrollo y consolidación de su emprendimiento.
		Tecnológico	14	Nos podría comentar de qué manera influyó o condicionó la digitalización, innovación y sistematización en su emprendimiento?
			15	¿Cuál es su opinión respecto a la internet y su incidencia que tuvo en la consolidación de su emprendimiento?
		Ecológico	16	Con respecto a temas ecológicos y ambientales, coméntenos ¿de qué manera cree que el entorno social que es más consciente en estos temas influyó en la creación y desarrollo de su emprendimiento?
			17	¿Cómo considera la incidencia del cambio climático al momento de la creación y desarrollo de su emprendimiento?
		Preguntas generales para concluir	18	Como cree que la globalización incidió en su emprendimiento.
			19	Para usted, cómo sería el entorno más propicio y adecuado para que más emprendimientos logren alcanzar el éxito y no fracasar al poco tiempo.

Nota. Elaborado en base a la guía de entrevista

4.4.3 Confiabilidad y Validez

La confiabilidad y validez evalúan la solidez, la integridad de los datos recopilados y los resultados obtenidos. En ese sentido, los criterios utilizados en la presente investigación son; la credibilidad, lo cual se logra empleando observaciones y conversaciones extendidas con los entrevistados y los hallazgos obtenidos son reconocidos como reales por las personas que forman parte de la muestra y, asimismo existe una aproximación con el fenómeno observado; segundo, la auditabilidad, que consiste en seguir la ruta o pista que el investigador hizo para llegar a los resultados, lo cual se logra utilizando recursos como registros, documentación, videos, grabaciones de audio, etc.; el criterio de la objetividad, se obtiene a través de la transcripción textual de las narraciones, comparación de los resultados con la información existente en la literatura, evaluación de los hallazgos por parte de otros investigadores, identificación y descripción de las limitaciones y alcance del investigador (Osorio, 2019); de esta manera, sean aceptados como "auténticos" o "genuinos" por los individuos que formaron parte de la investigación; por lo tanto, la validez está relacionada con la técnica de recolección de datos lo cual permite que el presente trabajo de investigación sea válido (Noreña et al., 2012).

4.5 Técnicas de Análisis de Datos

La hermenéutica, según Nava (2007, citado en (Ruedas Marrero et al., 2009) indica que "esta se presenta como una combinación de técnica, arte y filosofía aplicada a los métodos cualitativos, cuyo propósito es la interpretación y comprensión con el fin de descubrir las razones subyacentes al comportamiento humano". La interpretación analítica propia como investigadores se basa en instrumentos de recolección de datos propias de una investigación con enfoque cualitativo respondiendo a los objetivos planteados.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Procesamiento

5.1.1 Instrumento

Para analizar los datos recolectados, como investigadores utilizamos nuestra interpretación analítica basada en las técnicas de recolección de datos según la metodología de la investigación cualitativa (Entrevistas y Observación) y el procesamiento de datos en Microsoft Office Excel y Hojas de Cálculo de Google que coadyuvaron a la consecución de los objetivos planteados, permitiéndonos identificar y analizar aquellos factores que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos de la Comunidad Woman Power.

5.1.2 Respuestas de la Entrevista

Estas respuestas están estructuradas según las 3 categorías que abarca este estudio de investigación.

Tabla 11.*Respuestas de la categoría características personales*

Categoría	Subcategorías	N°	Preguntas	Respuestas obtenidas
Características Personales	Edad	01	¿Cuántos años tiene? ¿A los cuantos años inició su emprendimiento? ¿Cree que la edad constituya un factor relevante a la hora de emprender?	<p>El rango de edad en el que se encuentran las emprendedoras es entre 23 y 42 años y emprendieron hace 3 años y medio atrás como tiempo mínimo.</p> <p>La mayoría de las emprendedoras consideran que la edad no constituye un factor importante para emprender, más influye la madurez emocional, la seguridad, la experiencia, disposición y ganas de aprender y capacitarse y el empeño que uno; y una minoría considera que si porque mientras más mayor eres defines más seria y profesionalmente el camino que desea en su vida.</p>
	Motivación	02	¿Nos puede comentar sobre su motivación cuando inició y su motivación actual con su emprendimiento?	<p>La motivación que tuvieron para iniciar con su emprendimiento fue más de tipo económico como tener independencia económica, necesidad de generar dinero, ingresos, además que cuatro de las emprendedoras iniciaron porque les gustaba y apasionaba el rubro en el que emprendieron.</p> <p>Más allá de la motivación inicial poseen motivación actual, con mayor frecuencia basado en el posicionamiento de su emprendimiento, seguir generando dinero (independencia económica), contar con local físico propio y una de ellas quisiera que su emprendimiento llegue a funcionar sin ella.</p> <p>En base a las declaraciones de las emprendedoras se puede inferir que el 45% de emprendimientos es por oportunidad, otro 45% es por necesidad y oportunidad y un 10% es por necesidad.</p>
		03	¿Qué influyo para que emprendiera en el rubro al cual se dedica?	La mayoría de las emprendedoras coincide en que tuvieron influencia para iniciar con su emprendimiento en el tema de hacer lo que a ellas les gustaba y apasionaba y vieron la forma de monetizarlo, además que también contaban con los conocimientos en el rubro donde iniciaron.
	Educación / Formación	04	¿Cuál es su grado de formación académica? ¿Usted cree que su grado de formación influyó en su emprendimiento?	<p>Nueve de las once entrevistadas son profesionales, y dos por culminar la carrera, podemos apreciar las carreras en su mayoría son administración de negocios internacionales, contabilidad, psicología, turismo y derecho.</p> <p>Las emprendedoras consideran que el grado de educación si influyo en el desarrollo de su emprendimiento, brindándoles conocimientos o al menos tener noción del funcionamiento de un negocio y más aún cuando sus carreras son relacionadas a negocios.</p>
		05	¿Ud. Piensa que es indispensable contar con educación para emprender?	<p>Según las entrevistas realizadas se observa la mayoría de ellas opina que no es indispensable contar con educación para emprender pero que si es necesario capacitarse ya que brinda un mejor manejo del emprendimiento, además que siempre se debe estar en constante capacitación, llevar cursos y sobre todo que es importante comunicarse con emprendedoras que poseen demasiada experiencia y les sirve escuchar y aprender de ellas.</p> <p>Algo que las emprendedoras destacan y consideran que es importante también son los valores que una persona posee, y eso se aprende del medio en que crecen.</p>

Situación Laboral	06	Nos puede comentar la relación que tiene su emprendimiento y su situación laboral, si usted se auto emplea, si tiene un trabajo adicional, los tiempos de dedicación, y otros aspectos relevantes.	<p>Más de la mitad de las emprendedoras entrevistadas consideran su emprendimiento como autoempleo, dedican tiempo a su familia y a ellas mismas, dentro del grupo mencionaron que también se dedican a realizar trabajos esporádicos relacionados a su carrera, declaran que la tasa laboral esta baja y el sueldo es muy bajo en el mercado, así mismo consideran que son más independientes y su emprendimiento le da más ingresos que un trabajo haciendo comparaciones con anteriores trabajos, así mismo una emprendedora comenta que realizaba trabajos por un sueldo mínimo o ad honorem por aprender y aplicar en su emprendimiento.</p> <p>En menor cantidad las emprendedoras mencionan que se dedican a su carrera y su emprendimiento toma el resto del tiempo, se dedican a su carrera por crecer profesionalmente y ganar experiencia, así mismo (1 emprendedora) tiene su propia empresa relacionada a su carrera. Los ingresos que tienen son más de los emprendimientos que de su trabajo en su profesión a diferencia de solo una que tiene su negocio. En caso de ellas consideran que los ingresos de su emprendimiento les permite tener libertades económicas, darse gustos y gobernar su economía.</p>
	07	¿Su emprendimiento se basa en la experiencia de algún trabajo anterior?	Las emprendedoras en su mayoría respondieron que su emprendimiento no depende de experiencias anteriores, pero si tuvieron influencia de su familia y era su hobbies o tenían ese gusto para que emprendieran en el rubro, y como también los trabajos anteriores que habían tenido si ayudaban de alguna forma en su emprendimiento, en la atención al cliente, en tema de ventas, en organización de sus tiempos, dos emprendedoras consideran que su emprendimiento si dependen de la experiencia de trabajos anteriores e influencia de negocios familiares, eso sí, es que ambas trabajaron desde una edad muy temprana.
Competencias (Conocimientos, habilidades y actitudes)	08	Nos podría comentar los conocimientos que posee para el manejo y gestión de su emprendimiento.	Las emprendedoras poseen más conocimientos de manejo de redes y uso de la ofimática básica (uso de Excel), por la influencia de la tecnología misma y que ya es parte de la vida cotidiana. Algo que influyo bastante es que todas son profesionales y su experiencia en ella (algunos casos), aunque no todas sean del rubro de negocios si tienen conocimiento básicos de gestión, unas más que otras, obviamente las carreras de negocios (Administración, contabilidad, administración de negocios internacionales) más que las de otras carreras y los conocimientos que requieren lo logran capacitándose con cursos, talleres y lectura en temas de gestión de negocios o empresas, y conocimientos para las operaciones y procesos del rubro.
	09	¿Qué habilidades posee para el desarrollo de su emprendimiento?	Las habilidades que poseen las emprendedoras y hacen un autorreconocimiento de estas, en primer lugar es la resiliencia para saber superar las situaciones dificultosas en su negocio, seguido de ser comunicativos y saber transmitir los productos, también ser constantes, creativos, autogestionarse y saber adaptarse a los cambios, en general consideran que todas las habilidades blandas son buenas, pero las que resaltan en su emprendimiento predominan las mencionadas.
	10	¿Cuáles son las actitudes que posee como emprendedora, cuan importantes considera que son y por qué?	<p>En base a las opiniones y descripciones propias de las actitudes que poseen las emprendedoras, consideran que la actitud positiva es muy importante en ellas para enfrentar diferentes situaciones, como también ser visionaria para ponerse en un futuro con mejor postura de su emprendimiento, algo que también resalta es ser racional y flexible, racional porque tienes que ser consecuente y pisar tierra, con qué recursos que cuentas y donde quieres llegar; y flexible por adaptarte en la atención a los clientes, ver sus necesidades y entenderlos, por último la actitud que poseen algunas de las emprendedoras es que son colaborativas, felices y ecologistas.</p> <p>Algo en común en las emprendedoras es darles una buena y bonita experiencia a los clientes sea en el rubro en que emprenden, la actitud al momento de transmitir algo emocional es más notable en el rubro de accesorios, repostería y postres, seguido de licores y bebidas.</p>

Nota. Elaborado en base a las respuestas de la entrevista

Tabla 12.*Respuestas de la categoría factores internos de sostenibilidad*

Categoría	Subcategorías	N°	Preguntas	Respuestas Predominantes
Factores internos de sostenibilidad	Preguntas generales para iniciar	01	¿Cuánto tiempo tiene su emprendimiento en el mercado?	Los emprendimientos de Woman Power (de la muestra) está en el rango de 3 años y medio hasta los 8 años, con condiciones de las características según el GEM y el proceso de discontinuidad.
		02	¿Cuál es el rubro de su emprendimiento?	El rubro o giro de negocio al cual se dirigen las emprendedoras son las siguientes -Ropa y moda (3) -Repostería y pastelería (3) -Producción de derivados de productos orgánicos (1) -Ferias de Woman Power (1) -Accesorios (1) -Artesanías y manualidades (1) -Producción de bebidas y licores (1)
		03	¿Su emprendimiento esta formalizado?	De los emprendimientos entrevistados, se tienen las siguientes características en cuanto a la formalización. - Formal. 8 (RUS: 7, RUC:1) - Informal 3, esta es una característica de los emprendimientos del rubro ropa en su totalidad, pero que ya están evaluando formalizarse.
		04	¿Cuál es la percepción que usted tiene del manejo y gestión de su emprendimiento?	Las emprendedoras, al mismo tiempo que cumplen el rol de administradoras de su emprendimiento consideran que si realizan y realizaron buena gestión, trabajo y organización superando dificultades, gracias a los conocimientos básicos de su profesión, y las emprendedoras que estudiaron carreras relacionadas a negocios más aun, así mismo resaltan que fue gracias a las capacitaciones a las que accedieron de acuerdo a las necesidades y también en caso de algunas gracias a su experiencia de otros trabajos, es la razón porque aún siguen permaneciendo en el mercado, al mismo tiempo consideran que podrían y necesitan mejorar en algunas áreas de su negocio porque tienen retos a futuro, consideran que deben mejorar en el área de marketing, finanzas y contabilidad, gestionar financiamiento, gestión del tiempo y otras, en caso de los emprendimientos ya más consolidados delegan funciones como el marketing.

Administración	05	Según su opinión, como realiza la administración y planificación de estrategias en su emprendimiento.	<p>La administración de los emprendimientos lo llevan las propietarias, encargándose de la organización y establecimiento de objetivos y tareas, en caso de los emprendimientos que cuentan con personal de marketing son consideradas en la toma de decisiones.</p> <p>En cuanto a la planificación estratégica, las emprendedoras si cuentan con una misión y visión que están plasmados en una agenda o Excel, solo 2 de las 11 emprendedoras no lo tienen redactados como tal pero si tienen en mente una idea de qué es lo que hacen y dónde quieren llegar con su emprendimiento. La visión que más resalta en las emprendedoras es contar con un local propio o punto de venta, buscar reconocimiento, seguido de tener más puntos de venta y expandirse a otros mercados. En cuanto a la misión lo que más predomina es brindar una bonita experiencia a los clientes, buena atención, exclusividad y siendo cuidadosos con el medio ambiente y la salud.</p> <p>Los objetivos que establecen si lo tienen redactado en su totalidad de las emprendedoras, sean en un Excel o agenda, esto lo establecen en base a dos puntos, primero: Demanda que tengan y temporadas altas de acuerdo al rubro y así aumentar sus ventas e ingresos, segundo en base a alguna necesidad o problemática que su emprendimiento esté pasando, como estar más presente en redes para llegar a más clientes, innovarse para mejorar sus procesos.</p>
	06	¿Nos podría comentar qué aspectos considera relevantes para tener una buena administración de su emprendimiento?	<p>Consideran que la organización en general es fundamental para ser productivo, aprovechar el tiempo al máximo, delegar tareas y por último innovar en cosas que te ayuden a utilizar menos recursos.</p> <p>Se pudo observar que las emprendedoras que son madres son las que menos tiempo poseen y recomiendan que haya una buena organización del tiempo.</p>
Marketing y Ventas	07	¿Cuán importante considera que es el marketing y como lo emplea en su emprendimiento?	<p>Todas las emprendedoras coinciden que el marketing es muy importante en estos tiempos ya que permite dar a conocer tus productos o tu marca, te permite llegar a más personas o clientes, además que las ferias son un buen complemento ya que ahí pueden ver físicamente la calidad y presentación del producto final además que necesitas de un buen marketing para darte a conocer sobre todo si es una tienda virtual. Según la observación y las declaraciones de las emprendedoras se percibe ellas consideran que el marketing es solamente lo que tiene que ver con las redes sociales y sus manejos.</p> <p>Se pudo observar que las emprendedoras son la encargadas del área de marketing a excepción de dos que cuentan con personal de marketing, en el community manager las ayudó bastante que sean jóvenes y haber nacido ya con las redes, mencionan que el personal de marketing les genera un costo adicional por lo que decidieron cubrir ese puesto capacitándose.</p> <p>Plaza: Al mencionar la plaza nos referimos en donde es que se ofrecen y venden los productos, las</p>

			<p>emprendedoras en su totalidad están en las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, algunas cuentan con TikTok y otras en planes para implementarlas ya que consideran que es una red con bastante potencial para llegar a los clientes, y por ultimo dos emprendedoras cuentan con una página web (las que están en el mercado internacional), consideran que la red social más efectiva es el Instagram actualmente. Otro espacio físico donde ofrecen sus productos son en las ferias de Woman Power y en la tienda multimarca de la misma comunidad de emprendedoras.</p> <p>Segmento: Rubro ropa mujeres de 15 a 45 años, repostería 18 a 60 años, Productos orgánicos y derivados mayores a 18 años de clase A y B, tejidos Mamás en general, accesorios de 15 a 35 años clasificados en buyer persona (colegialas, universitarios, parejas, etc.), bebidas y licores 28 a 60 años de poder adquisitivo medio alto, eventos y ferias para emprendimientos mujeres emprendedoras de 21 a 45 años</p> <p>Precio: Las emprendedoras definen su precio en base a los costos de producción agregándole un porcentaje de utilidad y también se ven influenciados por los precios del mercado del rubro en el que se desenvuelven.</p> <p>Promoción: Algo que predomina con las emprendedoras es que promocionan mediante las redes sociales, en el rubro de ropa y accesorios realizan descuentos, 2x1, sorteos o delivery gratis; en el rubro de repostería y tejidos se promocionan con la exclusividad y personalización de los productos, producción y bebidas mediante degustaciones y mostrando el proceso productivo a los clientes. Algo en común es que también utilizan para promocionarse es la sensibilización de conciencia ambiental.</p> <p>Producto: Los productos finales son netamente del rubro en el que se desenvuelven, algo que todas las emprendedoras comparten es que tratan de ser cuidadosas con el medio ambiente en todos los procesos y actividades que demanda el bien final o servicio.</p>
Operaciones y logística	08	Cuéntenos, cómo realiza la gestión de las operaciones en su emprendimiento, teniendo en cuenta que esta incluye la producción, calidad, almacenamiento y transporte.	<p>Infraestructura: En el caso de la mayoría de las emprendedoras se observó que contar con local propio es de mucha ayuda por el ahorro que hacen al no pagar un alquiler. La infraestructura con la que cuentan es de acuerdo al rubro y proceso de producción que requieren sus emprendimientos, en el caso de producción y repostería cuentan con su centro de fabricación o preparación con los equipos y maquinas a utilizar y en el rubro de accesorios cuentan con su propio taller. Las emprendedoras tienen sus tiendas y como también están presentes en la tienda multimarca Woman Power.</p> <p>Calidad: La gestión de la calidad es una prioridad de los emprendimientos que se encuentran en el rubro producción y repostería (tratando de usar productos orgánicos o que contengan menos químicos) seguido de la comercialización de ropa y tejidos (cotizando directamente a sus proveedores), para este control ellas tuvieron que capacitarse para conocer del rubro y lo hacen en todos los proceso operativos.</p> <p>Producción: Los emprendimientos dedicados al rubro ropa realizan la comercialización. Los demás emprendimientos inician con el aprovisionamiento de insumos de acuerdo a la cantidad a producir, elaboración o fabricación del producto, envasado o empaquetado, almacenado y distribución, el control de calidad está en todos</p>

			<p>los procesos.</p> <p>Almacén e inventarios: Las emprendedoras cuentan con almacén propio, sea un cuarto de su casa o en su propio taller, las gestión de inventarios y rotación de productos finales e insumos lo realizan en el Excel, consideras que si es importante para organizarse y tomar decisiones.</p> <p>Distribución: Las emprendedoras son las responsables de realizar el delivery en la ciudad del Cusco, de manera gratuita en caso el lugar de entrega esté cerca de su almacén o taller, ello hasta un horario límite por su seguridad, la otra forma de entrega es mediante empresas terceras de delivery. Es importante mencionar que según las emprendedoras el delivery tomó bastante importancia después del COVID 19, contaban con personal para las entregas. En caso de los emprendimientos (rubro de producción y accesorios) con distribución a nivel nacional lo realizan mediante envíos a sus clientes o distribuidoras.</p> <p>Proveedores: En este punto las son quienes visitaron y tuvieron que comprobar de la calidad, precios y el lugar de dónde pueden adquirir la materia prima, packaging, envases y otros, teniendo proveedores de Lima para el rubro de ropa, producción y accesorios de la región del Cusco y otros países (en caso de materia prima no sustituible y sin complementarios), en el rubro de repostería del mercado local.</p>
Finanzas y Contabilidad	09	¿Nos podría comentar con que capital inició y cómo está conformado actualmente?	<p>Capital: Todas las emprendedoras iniciaron con un capital propio menos a 1000 soles, con insumos, equipos que ya tenían en casa o comprando una docena de prendas (caso del rubro ropa), a excepción del rubro producción que fueron por montos mayores porque necesitaron máquinas, profesionales para poner su planta de producción.</p> <p>Financiamiento: El 58% de las emprendedoras accedieron a financiamiento externo, de entidades financieras o personas externas, dirigido a la compra de más mercadería y máquinas, el resto de las emprendedoras no accedió a financiamiento externo. De esto se infiere que las emprendedoras tienen preferencia por los préstamos de cajas municipales ya que tienen más facilidades y menos tasas de interés y una en banco. Se aprecia que las emprendedoras que accedieron a préstamos toman en cuenta el riesgo financiero, analizando la cantidad de préstamo y que, si o si deberán vender para completar cada pago, la desventaja que tienen es que son emprendimiento y el riesgo que asumen es no tener ventas esperadas.</p> <p>Nivel de ingresos: Los ingresos varían de acuerdo a la temporada y cuan favorables estás sean para su rubro.</p> <p>Utilidades: Todas la emprendedoras generan utilidades pero este ha ido creciendo progresivamente, los primeros años no tenían muchas utilidades, como también se ven influidos por la temporada y la demanda que estas generan, el tiempo de dedicación a su emprendimiento y participación en ferias.</p> <p>Costos: Invierten en mano de obra (personal), insumos, materia prima, transporte, alquileres y servicios.</p>
	10	¿Cómo realiza la gestión de su contabilidad y finanzas de su	<p>La mayoría de las emprendedoras realizan el control de ingresos y egresos en sus apuntes y en Excel; la otra parte mínima restante realizan un control de ingresos y egresos pero de forma de no muy exhaustiva ni constantemente ya que a veces e mezcla con sus gastos personales, se les pasa o no le realizan a menudo.</p> <p>Todas las emprendedoras coinciden que si es rentable porque le asignan un porcentaje de ganancia, además que</p>

		emprendimiento, considera que es rentable?	podría serlo aún más asignando un tiempo adicional para su emprendimiento, mejorar el manejo de redes o contar con una tienda física.
Recursos Humanos	11	Coméntenos acerca de cómo realiza la gestión de los recursos humanos en su emprendimiento.	<p>Remuneración: La mayoría de las emprendedoras se remuneran ya que siempre destinan un porcentaje de dinero para ellas y en caso de las que cuentan con personal predomina el sueldo básico y la forma de contrato son por recibo por honorario, planillas, de acuerdo a la actividad o diario, dos emprendedoras no se remuneran pero toman dinero cuando desean darse un gusto o cuando lo necesitan.</p> <p>Capacitación: Todas las emprendedoras coinciden en que si se capacitan ellas mismas en cursos de contenido, finanzas y gestión; capacitan a su personal dependiendo a la actividad que se dedican si es ventas, producción, operaciones, etc.</p> <p>Tareas y/o actividades: Definido en base a los objetivos y metas que deseen ya sea al día, semanal o mensual, establecido en base a los pedidos que son asignados por ellas a su personal, de acuerdo a la actividad a la que se dedican.</p> <p>Clima organizacional: Ellas gestionan muy bien al recurso humano por eso es que siempre buscan generar un buen ambiente, haciendo reuniones de confraternización, cenas y siendo atento con su personal.</p> <p>Rotación de personal: Una característica de los emprendimientos que cuentan con personal es que hay una alta tasa de rotación, es por eso que contratan por recibo por honorarios.</p>
	12	¿Con cuántos trabajadores inició su emprendimiento y como ha ido creciendo este número hasta la actualidad?	<p>Más de la mitad de las emprendedoras iniciaron solas, el restante inicio con su pareja siendo este el rubro de producción y tejidos.</p> <p>En la actualidad hay 3 emprendedoras que siguen siendo ellas quienes se ocupan de todas las áreas, 3 emprendedoras se ocupan casi de todo el emprendimiento pero cuentan con personal adicional por ocasión para la producción y/o venta en ferias y 5 emprendedoras ya cuentan con personal fijo como personal por actividad en sus emprendimientos.</p>
Información y Comunicación	13	¿Nos podría comentar como realiza la gestión de información y data en su emprendimiento?	En su gran mayoría las emprendedoras realizan su gestión de información en Excel siendo esta herramienta para generar inventarios, estructurar costos, insumos, definir precios, programar actividades y analizar el flujo de ventas. Las otras emprendedoras realizan su gestión de información en toma de apuntes escritos en su cuaderno y en su agenda ya que les resulta más rápido la toma de apuntes por ese medio y también que hacen uso de Excel a la par; siendo estos medios para poder analizar y tomar decisiones.
	14	¿Qué medios utiliza para la comunicación?	Todas la emprendedoras que tienen personal a cargo utilizan WhatsApp, llamadas y comunicación directa como herramienta de comunicación con sus colaboradores, el restante no utilizan herramientas de comunicación interna ya que son ellas mismas dentro de su emprendimiento.

		de información en su emprendimiento?	Todas las emprendedoras utilizan las redes sociales como son: Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok para comunicarse con sus clientes.
Tecnología, Investigación y Desarrollo	15	¿Usted realiza innovaciones tecnológicas para gestionar de manera más eficiente los recursos en su emprendimiento?	La mayoría de las emprendedoras realizo innovaciones en sus máquinas para la producción excepto una que sigue produciendo de manera artesanal siendo este netamente su valor agregado, además que todas las emprendedoras coinciden en que las innovaciones tecnológicas en redes sociales ayudan a ser más visibles y permiten encontrar clientes potenciales, en procesos les ayuda a disminuir costo, tiempo y esfuerzo, concluyendo que la innovación tecnológica es bastante importante en cada uno de los emprendimientos, los emprendimientos de ropa no realizaron innovaciones en maquinarias porque se dedican a la comercialización sin añadido adicional a la compra y venta de ropa. Todas las emprendedoras innovaron en el uso de redes sociales, siendo Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, YouTube, Pinterest Todas las emprendedoras incluyeron nuevos medios de pago; Yape, Plin, Transferencias, POS.
	16	Usted investiga y/o toma en cuenta la actualización de información para la mejora continua de su emprendimiento.	Todas las emprendedoras realizaron investigación de mercado al inicio para definir su público objetivo y de forma constante ya que esto permite mejorar los productos que ofrecen, además que, están a la vanguardia para ofrecer presentaciones atractivas al mercado. Constantemente buscan información para que puedan mejorar en procesos, comunicación, edición de fotos, etc.
Preguntas generales para concluir	17	¿De acuerdo con su experiencia, coméntenos qué aspectos internos considera más importante para que su emprendimiento sea sostenible? (planificación, uso de redes, calidad, etc.)	La mayoría de las emprendedoras concuerdan que todos los factores son importantes y que estas se complementan, además que consideran al marketing, operaciones (producción, calidad), finanzas como puntos muy fuertes. coinciden que la administración engloba a los demás factores por ser general.

Nota. Elaborado en base a las respuestas de la Entrevista

Tabla 13.

Respuestas de la categoría factores externos de sostenibilidad

Categoría	Sub Categorías	Nº	Preguntas	Respuestas Predominantes
Factores externos de sostenibilidad	Preguntas generales para iniciar	01	¿Cómo influyó el entorno en el desarrollo de su emprendimiento?	El entorno externo influyo en la mayoría de emprendedoras en menor y mayor grado según el rubro, pero induciendo en su mayoría a la adaptabilidad en el caso de redes sociales, reorganización, mejorar las estrategias en sus emprendimientos sumándolo a ello las actitud que le ponen día a día, ya que consideran que nadie es ajeno al entorno y depende mucho como sabes gestionar tu emprendimiento.
		02	Coméntenos, cómo influyo la pandemia en su emprendimiento.	La pandemia influyo bastante a la creación y crecimiento de los emprendimientos, ya que fue la temporada donde tuvieron más ventas, llegaron a consolidarse como una marca y crecer como tal, el auge de las ventas por redes (desarrollo de marketing), la generación de empleo mediante los delivery, la fidelización de clientes y en un punto mínimo que redujeron las ventas por el tema de cantidad de preparación de tortas para eventos.
	Político y legal	03	¿Cómo considera usted que los aspectos políticos (cambios de gobierno, corrupción, inestabilidad política, entre otros) en los diferentes niveles de gobierno influyen en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento?	Inestabilidad política: Todas las emprendedoras coinciden en que la inestabilidad política es una amenaza ya que afecta a que puedan desarrollarse y crecer, puesto que esto influyo a que haya protestas, se genere incertidumbre, cierren locales por ende haya disminución de ventas, se incremente el costo de insumos generando que las personas destinen el dinero solo a insumos básicos de la canasta familiar. Corrupción: En menor proporción las emprendedoras nos hablaron sobre la corrupción que existe en la ciudad del cusco, comentando que la corrupción favorece a los grandes empresarios, haciendo parte de esto a la SUNAT con el tema de impuestos a los pequeños empresarios y emprendedores, que no haya una información correcta y se direcciona favoreciendo a sus amigos y que se cobre un alto costo para acceder a las ferias realizadas por las municipalidades.
		04	¿Cree usted que las leyes que existen en el Perú (formalización, tributación, otros) incidieron de alguna manera el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento?	Formalización: Lo predominante en las emprendedoras es que consideran a la formalización como una oportunidad pues esto les ha influido en que sus clientes y clientes potenciales les vean más confiables que les permita trabajar con empresas, además que les permite estar con la ley y de esta manera poder acceder a financiamiento cuando lo necesiten pero eso sí, cuando ya sean estables porque cuando uno inicia a emprender es una amenaza porque no tienen ventas estables, el impuesto del 18% es alto en los inicios aparte que tienes que pagar a un contador, la SUNAT te asfixia, persiguen a los pequeños pero engrandece a los grandes empresarios.

		05	¿Cuál es su opinión acerca de los programas gubernamentales que existen, así como los fondos de apoyo para el fomento de los emprendimientos?	<p>Programas gubernamentales: Las emprendedoras coinciden en la idea de que los programas gubernamentales son de buena idea pero no son de mucho impacto, son algo limitados, piden muchos requisitos, además que son muy teóricos y que dictan personas que no han vivido en experiencia propia lo que es emprender, debería ser más abierta al público y que sea de mucha ayuda aportando a lo que les falta mejorar de forma muy práctica siendo realizadas en horarios favorables a su actividad. Algunas accedieron a programas de capacitación de entidades privadas y consideran que si son mejores que las gubernamentales y que se esfuerzan por conseguir ello.</p> <p>Fondos de apoyo: Un 91% de las emprendedoras no accedió en fondos de apoyo porque indican que piden muchos requisitos y no se enteraron habiendo un vacío en la difusión de estos; consideran una oportunidad si esta fuera más abierta a todos los emprendedores y con menos requisitos.</p>
Económico		06	¿Cuál es su percepción del entorno económico (PBI, inflación, tipo de cambio, costos de Materia Prima) para el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento, por qué?	<p>Tasa de inflación: Todas las emprendedoras coinciden que la tasa de inflación es una amenaza para sus emprendimientos, ya que esto genera que se incrementen los precios, haya demasiada especulación en precios, el panorama sea muy variable siendo estos influyentes en un grado mayor porque les genera menos ventas, utilidades y no les permite crecer, por lo demás no tuvieron mayor influencia.</p> <p>Costo de materia prima: Esto se ve influenciada por temas políticos, porque si hay desbalance en este tema generara un panorama variable en subida de precios de materia prima para todas las emprendedoras sobre todo a las del rubro de pastelería que incluyen productos de primera necesidad.</p> <p>Tipo de cambio: Influye negativamente para aquellas emprendedoras que tienen proveedores directos e indirectos de insumos generando desventajas en costos y produciendo la subida de precios o que reduzcan sus utilidades.</p>
		07	Como considera que el desempleo influye en su emprendimiento, sabiendo que reducen su poder adquisitivo, buscan nuevas fuentes de ingreso, entre otros.	<p>Tasa de desempleo: Como oportunidad ya que incentivo a una nueva forma de generar ingresos con el emprendimiento y esto se vio en pandemia, con estos emprendimientos nuevos se generó en muchos casos lo que es la generación de empleo, boom de emprendimientos, aplicar nuevas formas para sobresalir dentro de muchos. Por otra parte, constituye una amenaza porque se vio afectado al poder adquisitivo de las personas y clientes por ende redujeron las ventas. por otro lado no influyo mucho porque tienen más clientes en otra ciudad.</p> <p>Poder adquisitivo: Con menos poder adquisitivo en las personas supone menos ventas en casi todos los emprendimientos por ser estos complementarios o de necesidad no primaria, se vio afectado indirectamente sí.</p>
		08	¿Cuál es su opinión respecto al financiamiento externo, considera que es	<p>Tasa de interés: Para la mitad de las emprendedoras constituye una oportunidad, las cuales comentan que se debe tener un buen conocimiento, saber bien en que invertirás, además que depende del historial crediticio, algunas entidades como cajas y mi banco brindan facilidades y esto constituye una oportunidad para crecer.</p>

		una oportunidad para su emprendimiento?	Para un grupo minoritario de emprendedoras es una amenaza, ya que poseen altas tasas de interés, depende del historial crediticio y si no tienes educación financiera se aprovechan por la necesidad que tienen en buscar financiamiento. Así mismo, una emprendedoras no accedió a financiamientos por ende no opino sobre el tema
	09	¿Cómo influyo la pandemia en el aspecto económico de su emprendimiento?	En gran mayoría de las emprendedoras coinciden que la pandemia en el tema económico fue una oportunidad porque sus ventas fueron altas, dieron a conocer como marca, se desarrollaron a más profundidad con el tema de redes. Así mismo para una emprendedora no fue ni positiva y negativa porque se dedicaron a trabajar en proyectos y fidelizar a los clientes, por otro lado otra emprendedora comenta que influyó negativamente porque sus ventas bajaron mucho por el tema de que no había eventos.
Social, cultural y demográfico	10	Con respecto a su emprendimiento, como considera al entorno social del entorno (Conflictos sociales, huelgas, estilos de vida, hábitos, otros)	Conflictos sociales: Las emprendedoras consideran que es una amenaza y algo negativo en consecuencia de disputas por aspectos políticos que afecta más a los que están empezando a emprender y cierran en caso estas sean por largos periodos de tiempo, más aun cuando no tengan algún soporte económico, las huelgas les limita a realizar sus operaciones totalmente porque en primer lugar sus ventas bajan porque les cierran el local, cierran las vías y no pueden distribuir ni mandar despachos, incluso piensan que es peor que una pandemia, algo que también genera es la reducción del poder adquisitivo por lo que las personas priorizan cosas básicas, mencionan también que es característico de la zona sur del país. Algo positivo que predomina en las emprendedoras es que buscan nuevas estrategias de vender, promocionar, ofertar reservas o producir para aumentar su stock. Estilos de vida y hábitos: Les condiciona a todos los emprendimientos pero es de acuerdo al rubro en el que se encuentran, en la ciudad del Cusco las personas son algo recatadas y de mente cerrada tradicional, la influencia del turismo en la población es fuerte socialmente y con respecto a la pandemia, el hábito de comer más sano quedó como parte de la alimentación, en los estilos de vida también influye la posición social y el poder adquisitivo, la población cusqueña es consumista, no apoya mucho al emprendedor local y no tiene mucho conocimiento de la calidad, la mayoría de las personas tienden irse por los precios bajos antes de la calidad, muy pocos observan y valoran tu producto, son regateadores con los emprendedores
	11	En el aspecto cultural de nuestro entorno, como influyo en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento. (Festividades, costumbres, creencias, entre otros)	Festividades: Lo predominante en las entrevistas es que las fiestas tradicionales no tienen mucha incidencia porque las personas eligen viajar a otros lugares, ir a las fiestas, invertir en cosas tradicionales. Algo que si es positivo son las festividades generales no tradicionales como San Valentín, día de la madre, Halloween, Navidad, épocas escolares y entre otros; son en esas fechas que las emprendedoras venden más y también organizan las ferias. Cultura: Cusco es una ciudad con una riqueza cultural muy buena, ello atrae turistas y es una oportunidad porque generan empleo e ingresos económicos en la población Cusqueña, hacen que la economía circule y ellas se encuentran dentro de ello, aparte que algunos emprendimientos tienen clientes directamente.

		<p>12 Usted cómo considera que influyó el entorno geográfico de la ciudad del Cusco (migración, competencia del mercado, población, segmentación, otros) en la creación, desarrollo y consolidación de su emprendimiento.</p>	<p>Emplazamiento geográfico: La ubicación de la ciudad del Cusco les condiciona de acuerdo al rubro, en el rubro ropa condiciona a traer prendas para la zona, en producción es una oportunidad porque Cusco tiene Valle y Selva de donde traen insumos o materia prima, algunos emprendimientos tienen que adaptarse para no ser afectados tales como repostería.</p> <p>Competencia: Las emprendedoras consideran que sus productos son competitivos y de calidad a diferencia de las ventas masivas y a bajo precio, lo ven como algo inevitable y frente a la competencia no puedes hacer nada, solo enfocarte en como diferenciarte y gestionar mejor las estrategias, algunas consideran que hay una competencia desleal, te copian marcas; una característica que resaltaron es que hay más miramiento y envidia que respeto y unión en el rubro que emprenden y que no son de la comunidad.</p> <p>Organizaciones de emprendimiento: Consideran que es una oportunidad para vender y darse a conocer como emprendedoras, les permite aprender más sobre otros emprendimientos, hay un respeto y trato amigable, como también las tiendas multimarca son una opción para vender en un punto físico fijo, cubriendo los costos entre varias marcas.</p> <p>Migración: Diferenciándolos de los turistas, una parte considera que es una oportunidad pero no de mucho impacto porque esporádicamente tienen este tipo de clientes, aparte que en tiempos de pandemia tenían como personal de delivery a Venezolanos, otra parte considera que es una amenaza porque crearon productos falsos o piratas y desprestigian el rubro.</p>
Tecnológico		<p>13 ¿Nos podría comentar de qué manera influyó o condicionó la digitalización, innovación y sistematización en su emprendimiento?</p>	<p>Transformación digital: El total de las emprendedoras consideran que la tecnología es una oportunidad porque les permite llegar a más clientes mediante las redes, facilita la automatización de procesos en empresas y hasta en la entidad pública, reduce los tiempos en procesos</p> <p>Innovación: Es una oportunidad para los emprendimientos porque agiliza procesos y te ahorra recursos económico y tiempo, un claro ejemplo en las emprendedoras son los POS como medios de pago, las máquinas y equipos que adquirieron para sus talleres, tiendas y entre otros.</p>
		<p>14 ¿Cuál es su opinión respecto a la internet y su incidencia que tuvo en la consolidación de su emprendimiento?</p>	<p>Internet: Las emprendedoras en su totalidad coinciden en que el internet es una oportunidad para su crecimiento y desarrollo porque les permite conectar con el mercado y clientes, ayuda a las ventas y que también puedan encontrar bastante información para poder capacitarse, innovar y la información es libre para todos.</p> <p>Riesgo: El riesgo en la internet constituye una amenaza para ellas ya que podrían hackear su cuenta e información, todo el trabajo que les ha costado construir, contraseñas y entre otros, por eso indican que siempre están informadas y al tanto de que no puedan pasar por esa experiencia riesgosa para su emprendimiento.</p>
Ecológico		<p>15 Con respecto a temas ecológicos y ambientales, coméntenos ¿de qué manera</p>	<p>En todas las emprendedoras les influye y condiciona en menor y mayor grado de acuerdo al rubro, en el caso de ropas el uso que han implementado es vender y distribuir en bolsa de papel, para el rubro de</p>

		cree que el entorno social que es más consciente en estos temas influyó en la creación y desarrollo de su emprendimiento?	producción y pastelería se aprecia que las emprendedoras lo ven como oportunidad, es así que poseen estrategias para fomentar el cuidado del medio ambiente, utilizando envases biodegradables, reciclables y materiales eco amigables que se puedan reusar; en los emprendimientos de ropa de segunda mano fomentan la economía circular.
	16	¿Cómo considera la incidencia del cambio climático al momento de la creación y desarrollo de su emprendimiento?	Si influye en las emprendedoras porque el cambio climático genera nuevos estilos de vida y hábitos, las personas están tomando conciencia de que es malo, las emprendedoras son conscientes de que quizá de manera indirecta son parte del cambio climático (procesos químicos para los insumos que adquieren, en la ropa que compran) pero tratan de adaptarse siendo más cuidadosos en sus procesos y operaciones, siendo más orgánicos, saludables, empleando la economía circular.
Preguntas generales para concluir	17	¿Cómo cree que la globalización incidió en su emprendimiento?	La globalización es considerada una oportunidad por su totalidad de las emprendedoras, hay intercambio de culturas e influencia con nuevas tendencias y estilos, aparte que se rompe fronteras y puedes importar, exportar y penetrar en nuevos mercados, en tecnología te permite realizar innovaciones, las transacciones son más fáciles.
	18	Para usted, cómo sería el entorno más propicio y adecuado para que más emprendimientos logren alcanzar el éxito y no fracasar al poco tiempo.	Más allá de las condiciones externas y el entorno, las emprendedoras creen que uno tiene que crear ese ambiente adecuado, depende de la gestión personal como emprendedora, darte la oportunidad de crecer, ser resiliente, dedicarle tiempo y estar empoderada mentalmente, sentirte segura con los pasos que das y no esperar a que el gobierno todavía te dé; también depende de la gestión interna en crear una base sólida de tu negocio, plantearte objetivos y crear estrategias y de esa manera superar a los desafíos de lo externo. En lo externo, las emprendedoras resaltan que una estabilidad política y económica sería un ambiente amigable con los emprendedores, sin incertidumbre y con seguridad. Otro punto que resaltan es que los programas de apoyo a emprendedores sean para todos y sin muchos requisitos, que los tramites no sean muy burocráticos y engorrosos, que haya más acceso y oportunidades de ferias, espacios seguros para mostrar sus productos. En caso de la SUNAT usar términos no muy técnicos, que sean más fáciles de entender, capacitar en temas de formalización y sus beneficios sin asfixiar a los pequeños que recién están empezando.

Nota. Elaborado en base a las respuestas de la entrevista

5.2 Análisis e Interpretación de Resultados

5.2.1 Unidad de Estudio

1. Historia de la Comunidad Woman Power

El emprendimiento femenino Woman Power, denominado así por las características y visión en común que comparten las emprendedoras, nace con la idea de brindar capacitaciones y charlas a las emprendedoras formando una comunidad desde su inicio en junio del 2018, conformado a la actualidad por 200 emprendimientos, esta comunidad abarca diferentes emprendimientos de la región del Cusco teniendo rubros como; moda y ropa, repostería, producción, joyería y accesorios, tejidos, entre otros. El periodo de pandemia en un inicio tuvo un impacto negativo en la comunidad de emprendedoras, sin embargo, sobresalieron gracias a la visión y adaptabilidad convirtiendo así la situación en una oportunidad para sus negocios, incrementando el uso de las redes sociales y delivery para expender sus productos y darse a conocer en el mercado. En el año 2022, se crea la tienda multimarca denominado “Cassa Power” por iniciativa de la CEO y las emprendedoras, con el fin de tener un punto de venta físico, donde puedan exhibir y vender sus productos, en el que las emprendedoras que forman parte de la tienda comparten costos.

Razón Social. Melissa Katherine Huaycho Ramirez

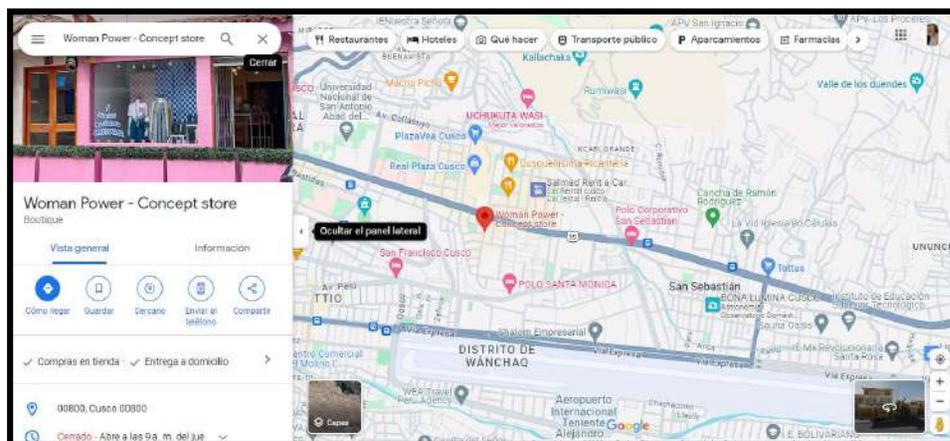
RUC. 10720895434

Ceo y Fundadora. Melissa Katherine Huaycho Ramirez

Ubicación. Jirón Ricardo Palma - Urbanización Santa Mónica (Cusco)

Figura 8.

Ubicación de la tienda multimarca Cassa Power



Nota. Proporcionado por Google Maps

2. Ferias de la Comunidad Woman Power

A lo largo del año se realizan ferias en diferentes puntos de la ciudad del Cusco, de las cuales se tienen ediciones establecidas como son:

Tabla 14.

Ferias de emprendimiento Woman Power

Nº	FERIA	MES
01	Mother´s Day	Mayo
02	Cusco Emprende	Junio
03	Peruanas Power	Julio
04	Festival Emprendedor	Setiembre
05	Halloween Town	Octubre
06	Santa´s Market	Diciembre

Nota. Elaborado en base a la información proporcionada por Woman Power

Así mismo se realizan ferias de moda circular llamada “BARATILLO PITUCO”, realizado mensualmente donde se promueve el cuidado del medio ambiente, a través del consumo sostenible,

venta de productos de segunda mano, productos orgánicos, siendo una feria eco amigable y petfriendly. Además, que, en cada edición de feria se realizan las presentaciones artísticas, concursos y Power Talks (conversatorios sobre emprendimiento y empoderamiento).

3. Requisitos para la participación en ferias

- Publicitar su participación en redes sociales y de manera física.
- Participación exclusiva para emprendimientos con productos nuevos y de diseño local.
- Participación activa en cada edición de feria.
- Ser una persona amable, colaborativa, no problemática.

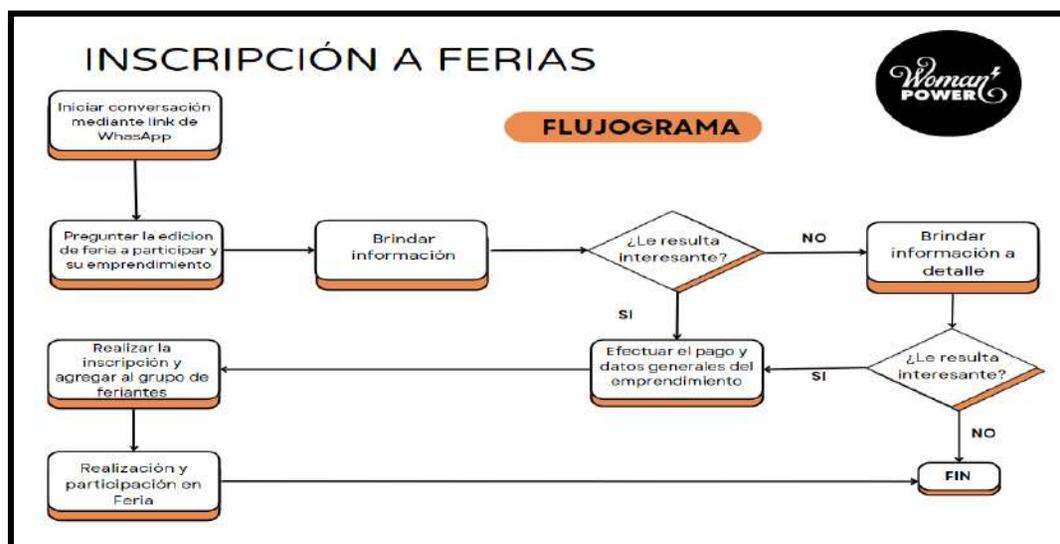
4. Reglas generales para cada edición de feria

- Woman Power es una comunidad ecológica, fomentamos el uso de bolsas reutilizables, las botellas deben ser depositadas en el envase de reciclaje en cada edición de feria.
- Somos un espacio inclusivo, no permitirán acciones o emprendimientos que atenten o discriminen a ninguna persona.
- Petfriendly, las expositoras que lleven a sus mascotas deberán recoger sus desechos en cada edición de feria.
- Se fomenta el cuidado del planeta por lo que se da preferencia a emprendimientos diseñados con este fin.
- Mantener los stands limpios.
- Cuidar todos los bienes proporcionados por la productora en cada edición de feria.

5. Flujoograma

Figura 9.

Flujoograma de operaciones de Woman Power



Nota. La presente grafica presenta el flujoograma de inscripción a ferias, iniciando desde el nexo de comunicación mediante el link de WhasApp y culminando en la participación en ferias; toda esta información fue brindada por la CEO de la Comunidad Woman Power.

6. Organización

La comunidad de emprendedoras está conformada por la Ceo y Fundadora a la cabeza, como organizadora de todas las actividades, dos jefas de ventas y un staff de 10 trabajadores para el armado e instalación de ferias y los 25 a 50 emprendimientos participantes indistintamente en cada fecha de feria.

Figura 10.

Organigrama de la comunidad Woman Power



Nota. La presente figura muestra el organigrama de la Comunidad Woman Power, el cual está conformado por la CEO seguido por los órganos de línea como son las jefas de venta, staff de trabajadores y las emprendedoras parte de la comunidad; este fue elaborado en base a información de Woman Power.

7. Funciones

➤ Ceo y Fundadora

- Encargada de la organización de ferias, diseño y producción de espacios.
- Encargada de la dirección de la comunidad Woman Power.
- Brindar capacitaciones, charlas, Powertalks para el fortalecimiento de conocimientos de la comunidad.
- Elaboración y producción de contenido digital, gestión de community manager, elaborar propuestas de mejora para el área de marketing e innovación digital constante.
- Realizar alianzas y ser nexo de contacto con otras organizaciones en beneficio de la comunidad.
- Representación en diferentes actividades organizadas por instituciones públicas y privadas.

➤ Jefas de Venta

- Encargadas de las ventas en la tienda multimarca, elaboración de reporte de ventas, logística, inventarios y almacén de productos.
- Comunicación y sugerencias constante con las emprendedoras de tienda.
- Apoyo a la gestión del Community Manager.
- Atención y soporte para las inscripciones en ferias.
- Atención y apoyo en la organización de las ediciones de ferias.

➤ **Staff de Trabajadores de Ferias**

- Encargados de la distribución y armado de stands en cada feria
- Soporte de electricidad, iluminación y decoración de acuerdo a cada temática de feria.
- Brindar de 1 a 3 trabajadores a disposición de las emprendedoras para cualquier inconveniente.
- Desarmado y transporte a almacén de todos los bienes de feria.

➤ **Emprendedoras**

- Brindar productos de calidad.
- Participar en cada evento de la comunidad.
- Proponer mejoras para cada edición de feria.
- Formular propuestas de fecha y lugar para el desarrollo de ediciones.
- Responsabilidad con la participación.

5.2.2 Resultados de la Investigación

5.2.2.1 Interpretación de los Factores de Sostenibilidad

Los emprendimientos femeninos de la comunidad Woman Power, poseen factores ligados a las características personales de las emprendedoras, como la pasión, la motivación por la independencia económica, la educación, formación y competencias como la resiliencia,

la comunicación efectiva y la adaptabilidad a los cambios, que poseen e influyen positivamente en el éxito de sus emprendimientos. Asimismo, se encuentran factores internos las cuales necesitan tener una gestión eficaz en la Comunidad de Woman Power, se enfatiza la importancia y buena gestión del área de marketing gracias a la accesibilidad y adaptación de las emprendedoras el cual permitió superar la valla de discontinuidad y seguir creciendo, asimismo se encuentran puntos fuertes y por mejorar en las demás áreas de gestión, tales como la administración, las operaciones y logística, las finanzas y contabilidad y recursos humanos, así mismo se encuentran factores que van tomando protagonismo gracias al avance tecnológico y crecimiento de los emprendimientos las áreas de gestión de la información y la comunicación y el área de tecnología, innovación y desarrollo, las cuales aportan a la competitividad de estos negocios. Por último, es importante destacar los desafíos derivados de factores externos; tales como, la inestabilidad política, económica y social originados por el aspecto político legal, que afecta la ejecución regular de procesos y operaciones en los emprendimientos; la importancia del factor tecnológico, que presenta oportunidades significativas para las organizaciones; la influencia del factor ecológico, que condiciona la formulación de estrategias de acuerdo con el rubro de sus negocios. A pesar de estos desafíos externos, se enfatiza la importancia de la gestión interna y las actitudes personales como factores determinantes para la consolidación y el éxito en los emprendimientos.

5.2.2.2 Interpretación de la Subcategoría Características Personales

La presente investigación tiene como primer objetivo identificar las características personales en las emprendedoras de la comunidad de Woman Power; tras la aplicación de las entrevistas y observaciones, se han identificado las características personales que cumplen un rol importante en el logro de la sostenibilidad, los cuales se describen a continuación.

- A. Edad.** Las emprendedoras se encuentran en un rango de edad de 23 a 42 años, consideran que la edad no constituye un factor importante para iniciar y desarrollar un emprendimiento, lo que si consideran importante es la madurez emocional, la seguridad en lo que quieren conseguir, estar prestas a aprender y capacitarse, por último, ponerle el empeño de manera constante.
- B. Motivación.** La motivación que propulsó para iniciar su emprendimiento se originó en la percepción de una oportunidad de generar ingresos económicos y alcanzar la independencia financiera poniendo en práctica algo que les gustaba y apasionaba hacer teniendo influencia de su profesión. La motivación actual con el emprendimiento ya estable radica en seguir generando ingresos económicos dado que es el principal sustento, en paralelo es el deseo de aumentar su reconocimiento, posición en el mercado fortaleciendo su presencia en la mente de los consumidores y contar con local propio. De acuerdo con el GEM, los emprendimientos surgen por oportunidad y necesidad, en los emprendimientos femeninos de la comunidad Woman Power, se observa que el 45% son del primer tipo ya que percibieron una oportunidad en el mercado y decidieron aprovechar utilizando sus habilidades y conocimientos para satisfacerlo, otro 45% siendo por necesidad y oportunidad ya que tenían la necesidad de generar ingresos pero también vieron la oportunidad de ofertar algo que podía cubrir necesidades, el 10% restante surgieron por necesidad pero con el tiempo se convirtieron en una oportunidad viable para ellas.
- C. Educación/Formación.-** Una característica en común de las emprendedoras es que son profesionales y en dos casos cursan los últimos años de su carrera, ellas consideran que su profesión si influye en mayor o menor grado en su emprendimiento, siendo más

notable en las emprendedoras que estudiaron carreras relacionados a negocios como administración o contabilidad. Algo que predomina en las emprendedoras es que piensan que la educación no es indispensable para emprender, pero si es necesario capacitarse constantemente y tomar cursos sobre negocios, además, interactuar y aprender de otras emprendedoras exitosas, por último, consideran necesario poseer valores.

D. Situación Laboral.- Existe un consenso en el que las emprendedoras se caracterizan por ser autoempleadas a través de sus iniciativas empresariales, así mismo realizan trabajos esporádicos relacionados a su profesión; sin embargo, existe un segmento de emprendedoras que elige mantener trabajos dependientes con el objetivo de crecer profesionalmente y adquirir experiencia; algo llamativo que en su totalidad declaran es que el emprendimiento les genera más ingresos que un trabajo dependiente.

Los emprendimientos están creados por la influencia de negocios o quehaceres familiares y hobbies, mas no en base a experiencias de trabajos anteriores, pero eso sí, este último contribuyó positivamente en la atención al cliente, ventas y organización del tiempo.

En base a la observación, se pudo percibir que las emprendedoras madres de familia le dedican menos tiempo a su emprendimiento, porque tienen que distribuirlos en el cuidado de los hijos, familia y otras responsabilidades.

E. Competencias.- Las competencias están constituidas por tres elementos: conocimientos, habilidades y actitudes. Se identificó que los conocimientos sobresalientes que poseen son el manejo de redes sociales porque consideran que nacieron con ello y es parte de su vida cotidiana, el hecho de ser profesionales les ayuda a entender la administración de su negocio y tomar buenas decisiones, sumando a ello

la experiencia en el rubro contribuye a la base de sus conocimientos, un aspecto esencial a destacar es su compromiso con la capacitación constante para afrontar desafíos y mejorar continuamente.

Las emprendedoras consideran que todas las habilidades son importantes, pero se emplean acuerdo a las situaciones que enfrentan; sin embargo, siempre se requiere ser resilientes para enfrentar y superar situaciones difíciles, seguido de saber comunicar y transmitir para vender su producto, ser constantes, creativas, autogestionarse y saber adaptarse a los cambios del entorno.

La actitud predominante en ellas es ser positiva, visionaria, racional y realista, mantener firmeza, saber dónde estás, con qué cuentas y a dónde quieres llegar, flexible y empática para entender y atender a los clientes brindándoles la mejor experiencia para llegar a sus emociones y por último, ser felices, colaborativas y ecologistas.

A pesar de las características personales positivas que poseen, se pudo observar que predomina el estereotipo de que, por tener la condición de ser mujeres, sienten que tienen menos oportunidades y apoyo para conseguir independencia.

5.2.2.3 Análisis e Interpretación de la Subcategoría Factores Internos de Sostenibilidad

El segundo objetivo de la presente investigación es analizar los factores internos de sostenibilidad, cabe resaltar que entre las características de los emprendimientos estudiados están en un rango de 3.5 años y medio a 8 años de permanencia en el mercado, el 73% de los emprendimientos son formales y el 27% en proceso y evaluación de formalizarse, cabe mencionar que los emprendimientos no formales son del rubro ropa y moda. Teniendo en cuenta que los factores internos se pueden controlar, intervenir o modificar de acuerdo con los objetivos, como lo sostiene (D'aleccio Ipinza, 2015) y (Speth, 2016); a partir de esa

perspectiva, a continuación se analiza e interpreta la forma en que las emprendedoras llevan la gestión interna de sus emprendimientos en base a los segmentos.

A. Administración. La administración y planificación estratégica de los emprendimientos lo realizan las mismas propietarias y en caso de las que cuentan con personal de marketing juntamente con ellos, las emprendedoras saben qué hacen y a dónde quieren llegar, cuentan con una misión y visión pero la diferencia entre ellas es que, la mayoría de ellas lo tienen redactado en un documento, plasmado en la herramienta Excel que manejan o en una agenda, y una minoría no lo tienen redactado; en cuanto a los objetivos, la totalidad de emprendedoras si lo tienen establecidos y redactados en un Excel o agenda. Existe un consenso en la visión que ellas poseen y estas son los siguientes, comparten el deseo de contar con un local propio, buscar más reconocimiento y expandirse a más mercados (local, nacional e internacional); la misión que tienen es brindar una bonita experiencia a los clientes con una buena atención, calidad, exclusividad, siendo amigables con el medio ambiente y la salud; los objetivos son establecidos en base a dos factores, primero, en base a los pedidos y/o demanda que tengan y así generar ventas e ingresos, el segundo, es en base a alguna necesidad o problemática a solucionar, por ejemplo, tener más llegada mediante redes, innovarse y mejorar sus procesos. Las emprendedoras consideran que la organización de recursos, tiempo y actividades son aspectos clave en la administración.

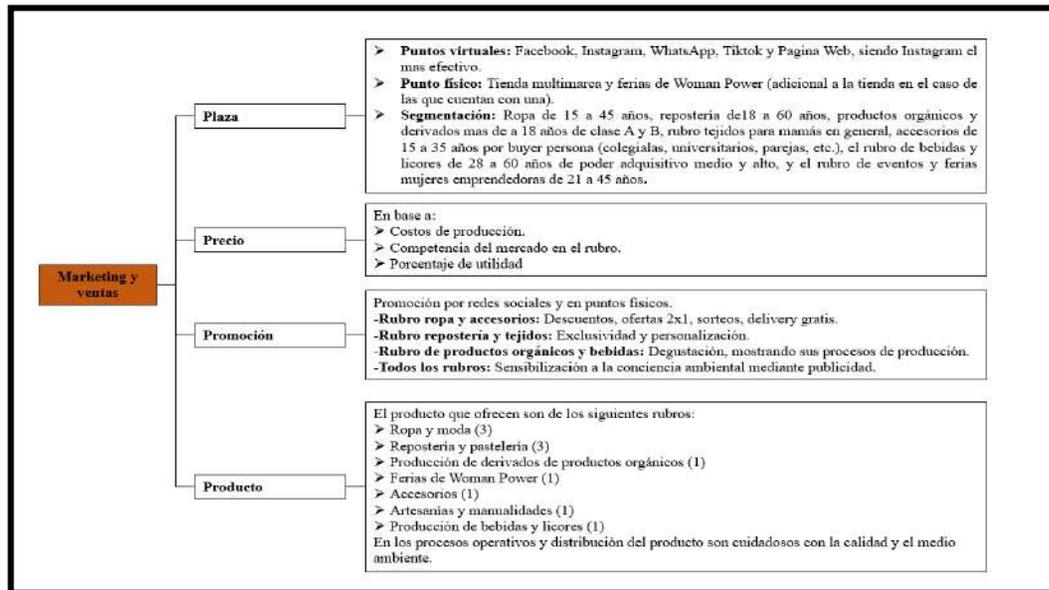
➤ **Interpretación.** La administración y planificación estratégica en los emprendimientos de la comunidad Woman Power es realizada por las propias emprendedoras, quienes establecen los objetivos, metas y las estrategias para conseguirlo, de una manera adaptada a pequeños negocios basado en las capacitaciones y experiencias que adquirieron en el periodo de estadía en el mercado; cuentan con una misión y visión

pero no están establecidos en función de criterios y análisis de la administración estratégica, no están muy interiorizados ni difundidos, esto ayudaría a ser más productivos y competitivos en el mercado.

B. Marketing. Las emprendedoras consideran que el marketing es muy importante ya que les permite dar a conocer su marca y mostrar su producto, llegar a más personas y aumentar sus ventas, más aún con la digitalización y la oportunidad que brindan las redes sociales; se observó que las emprendedoras consideran al marketing como el hecho de estar presente en las redes sociales. El marketing se trabajó desde la óptica de las 4P's (Plaza, Precio, Promoción y Producto) obteniendo el siguiente análisis:

Figura 11.

Análisis del segmento marketing y ventas



➤ **Interpretación.** El marketing es fundamental para los emprendimientos, aunque a menudo se confunde con las funciones del community manager o el uso de las redes sociales para promocionar o vender productos. El ámbito de acción del marketing

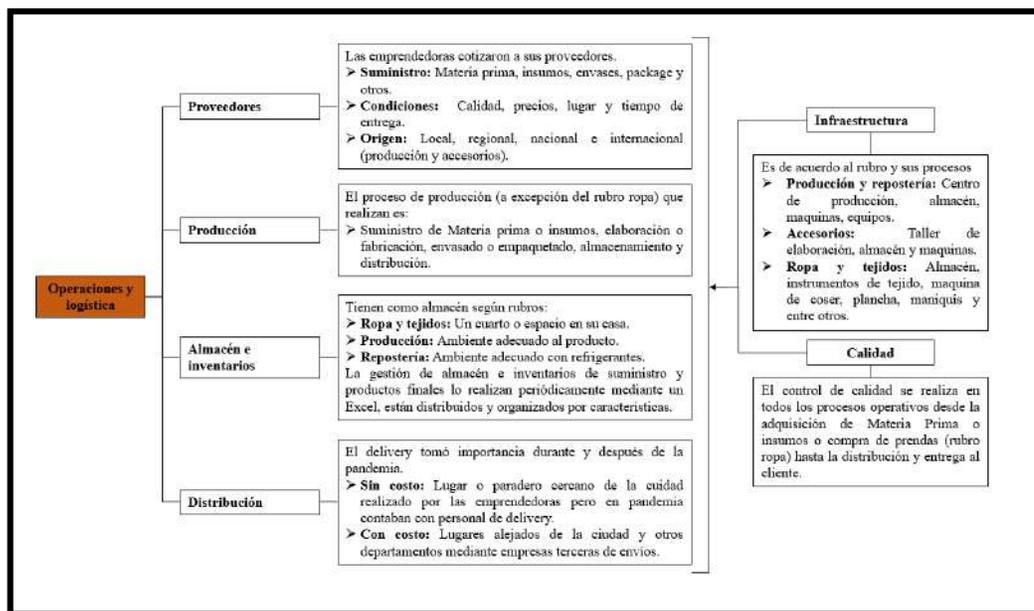
abarca las 4P's del marketing; en el aspecto de plaza se cuenta con puntos de venta físicos como virtuales, dirigidos a segmentos específicos de clientes dentro de sus respectivos sectores. Los precios se establecen considerando los costos de producción, la competencia del mercado y un margen de ganancia previamente definido por las emprendedoras. La estrategia para atraer clientes y aumentar las ventas se centra en la implementación de promociones durante las temporadas de mayor demanda en consonancia con el sector en el que se desenvuelven. Se ofrece una amplia gama de productos de alta calidad, respaldados por una marca que ha pasado por procesos de producción y gestión cuidadosa en la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.

C. Operaciones y Logística

La gestión de las operaciones y logística de los emprendimientos de la comunidad Woman Power se dan de la siguiente manera, como se muestra a continuación.

Figura 12.

Análisis del segmento operaciones y logística



➤ **Interpretación.** Los procesos operativos y logísticos para la producción y comercialización en los emprendimientos de Woman Power se ejecutan de manera sistemática e interrelacionada adaptada al tamaño y rubro, siendo estos procesos el know how (saber hacer) de las emprendedoras. El proceso comienza con la adquisición de materia prima, insumos, bienes o productos a comercializar de los proveedores (input), seguido de una producción ordenada y secuencial; se mantiene una gestión eficiente de almacén y una rotación de inventarios organizado, los canales de distribución (output) son adecuados a las necesidades de los clientes. Dentro de los procesos mencionados, es crucial destacar que están bajo el soporte de su infraestructura existente (aunque algunas no le den el uso constante y adecuado a sus máquinas y equipos), muchas emprendedoras desearían mejorar, pero se enfrentan a la necesidad de una inversión significativa; además, es relevante señalar que el control de calidad se realiza en todos los procesos, con conocimientos basados a su capacitación y experiencia.

D. Finanzas y Contabilidad.— Las emprendedoras de Woman Power realizan el control de ingresos y egresos siendo poco exhaustivas, en algunos casos no son minuciosas con los costos y mezclar los ingresos con la economía familiar en algunos casos, el registro se lleva en agendas o apuntes para luego ser plasmado en un Excel; a pesar de ello, las emprendedoras consideran que su emprendimiento si es rentable, pero podrían mejorar teniendo una tienda propia, más presencia en redes y dedicándole más tiempo. Los factores que las emprendedoras mencionaron son; primero, el capital con que ellas iniciaron fue propio y no superan los S/1000.00 (mil soles) a excepción del rubro producción que su inversión si fue por montos superiores, por las máquinas, personal profesional y otros

costos que se necesitó para instalar su planta de producción; como segundo punto consignado es el financiamiento, poco más de la mitad de emprendedoras accedió a un crédito de entidades financieras teniendo en cuenta su capacidad de pago para la compra de mercadería y máquinas; el tercer punto es el nivel de ingresos y utilidades, estas varían de acuerdo a las temporadas y el nivel de ventas, algo muy importante que mencionaron es que cuando iniciaron su emprendimiento no tuvieron muchos ingresos y utilidades pero fue aumentando según iban creciendo y reinvertiendo con su participación en ferias, tener más presencia en redes, dedicándole más tiempo y con presencia en puntos de venta fijos; por último, mencionaron los costos en el que incurren, son la mano de obra o personal, insumos o materia prima, transporte, alquileres y servicios.

- **Interpretación.** Las propietarias gestionan los recursos económicos de los emprendimientos, los cuales iniciaron con capital propio, siendo los montos más altos en el rubro producción, a medida que los negocios se desarrollan optan por acceder a financiamiento para reinvertir o innovarse a pesar de que los intereses son elevados cuando no se tiene historial crediticio, a su vez es considerado un riesgo cuando una emprendedora no posee educación financiera o bancaria. Los emprendimientos tienen la particularidad de no obtener ingresos y utilidades significativas en los primeros años porque su prioridad son cubrir los costos; a pesar de ello, las emprendedoras consideran que su negocio es rentable y su valor aumenta si tienen presencia en redes, puntos físicos y ferias. Se lleva un control básico no exhaustivo de ingresos, egresos y costos utilizando agendas, apuntes para luego plasmarlos en la herramienta Excel, a excepción de las emprendedoras con formación en áreas relacionadas a negocios, como contabilidad o administración quienes realizan un control de manera adecuada.

E. Recursos Humanos.– La totalidad de las emprendedoras iniciaron solas con su emprendimiento con el apoyo de familiares; la mitad de emprendedoras cuentan con personal fijo y no permanente, una cuarta parte cuentan con personal no permanente (por temporadas altas) y la otra cuarta de emprendedoras siguen encargándose de todas las actividades personalmente. En la gestión de recursos humanos las emprendedoras mencionaron los siguientes factores; en el caso de la remuneración se tiene un consenso en que las emprendedoras se asignan un porcentaje de las ganancias como pago, ello de manera mensual y otras cuando necesitan dinero o desean darse un gusto; los emprendimientos que cuentan con personal es en base al sueldo básico, mediante un contrato por recibos por honorarios o pago por diario de acuerdo al esfuerzo que demande la actividad, se observa una alta tasa de rotación que generalmente se da en el área de ventas; otro aspecto es la capacitación, ellas lo llevan a cabo en base a la necesidad de qué quieren mejorar o aprender, en cuanto al personal, este es capacitado con inducciones para las tareas y actividades que realizarán; dichas tareas y tiempos son establecidos en base a la experiencia de las emprendedoras, por el lado del clima organizacional realizan actividades de confraternización, cenas y un buen trato hacia los colaboradores.

- **Interpretación.** La gestión de recursos humanos para las emprendedoras es algo complejo a pesar de que son negocios pequeños y no cuentan con un alto número de personal, los emprendimientos generalmente son iniciados por la misma propietaria con apoyo de algún familiar, pero van aumentando de personal a medida que van creciendo y cumplen más actividades generando la necesidad de delegar funciones, así contratando personal fijo y/o esporádico; la remuneración es en base al sueldo mínimo o al esfuerzo que requiere una tarea, las emprendedoras se asignan como sueldo un

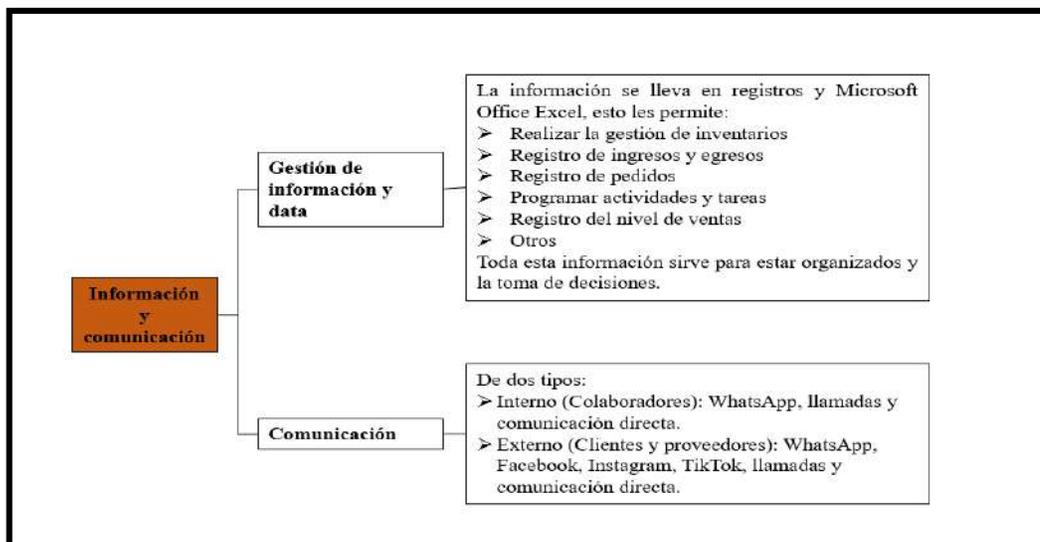
porcentaje variable de acuerdo a los ingresos; las tareas y actividades son establecidas empíricamente sin el empleo de indicadores que permitan medir la productividad del personal, por último, como parte del clima organizacional se realizan encuentros de confraternización, capacitaciones, charlas de motivación y buen trato con el objetivo de crear un sentimiento a la marca.

F. Información y Comunicación

Las emprendedoras de la comunidad Woman Power llevan la gestión de información y comunicación de la siguiente manera.

Figura 13.

Análisis del segmento información y comunicación



- **Interpretación.** La gestión de información en los emprendimientos por lo regular está organizado a través de métodos básicos, empleando cuadernos o agendas y la herramienta Excel de una manera básica y empírica para los registros de información proveniente de todas las áreas, porque además de tener comodidad al emplearlo, es de utilidad en negocios de magnitud pequeña; pero, limitada para la toma de decisiones.

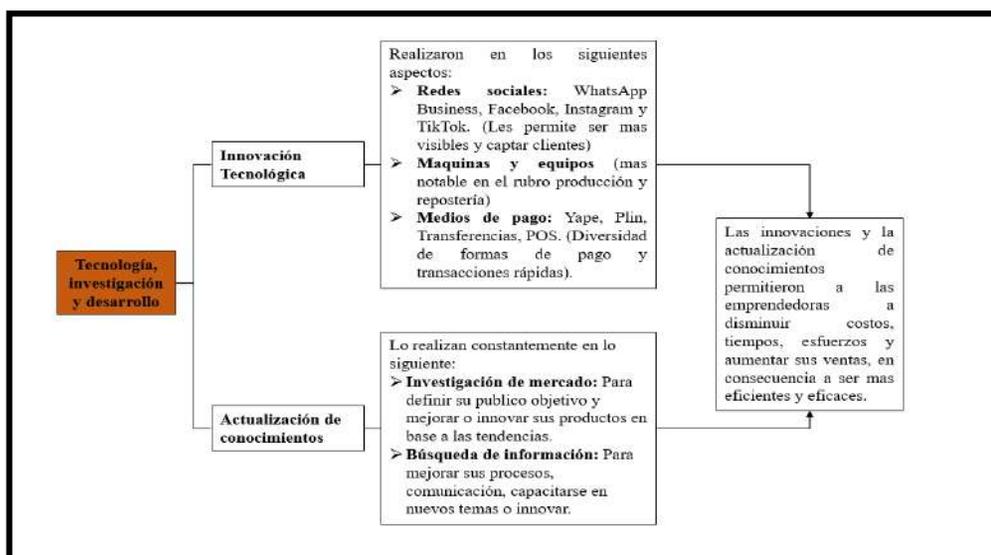
Es importante precisar que, en temas de comunicación y obtención de información, los emprendimientos se adaptan a los avances tecnológicos a medida que van aumentando su tamaño y sus posibilidades económicas de inversión, siendo más efectiva el uso de las redes sociales y la comunicación directa, tanto a nivel interno como externo.

G. Tecnología, Investigación y Desarrollo

Las emprendedoras consignan dos puntos relevantes empleados en sus emprendimientos en el aspecto de tecnología, investigación y desarrollo las cuales se muestran a continuación.

Figura 14.

Análisis del segmento tecnología, investigación y desarrollo



- **Interpretación.** La gestión de la tecnología, innovación y desarrollo en los emprendimientos predomina el empleo de las redes sociales y medios de pago, seguido de las innovaciones en máquinas y equipos; el rango de edad (23 – 30 años en su mayoría) en la que se encuentran las emprendedoras juega un papel importante en la adaptación a la tecnología porque es considerado parte de su vida cotidiana, aparte de que las organizaciones no son ajenos a los avances tecnológicos; las propietarias están

a la vanguardia de las nuevas tendencias y conocimientos gracias a la internet, ello las permite estar en mejora continua, ser productivas y competitivas con su emprendimiento.

Las propietarias de los emprendimientos de la comunidad Woman Power, tienen un consenso en la importancia que tienen los factores internos para lograr la sostenibilidad, complementándose y operando sistemáticamente. Se destaca la relevancia de la gestión del área de marketing, ya que constituye el medio principal para llegar a los clientes, posicionar su marca y vender; seguido del área de operaciones y logística, así como la gestión de recursos humanos, encargadas de llevar a cabo los procesos que posibilitan la creación y distribución de bienes y servicios, le sigue en importancia la gestión del área de finanzas y contabilidad cumpliendo la función de tener el control del flujo económico del emprendimiento. Por último y no menos importante, la gestión de la información y comunicación, tecnología, innovación y desarrollo el cual las permite mejorar continuamente. La administración planifica, coordina, organiza y engloba todas las áreas mencionadas.

5.2.2.4 Análisis e Interpretación de la Subcategoría Factores Externos de Sostenibilidad

- Como tercer objetivo se tiene, analizar la percepción de las emprendedoras sobre la incidencia de los factores externos en la sostenibilidad de los emprendimientos de la comunidad Woman Power.

A. Políticos y Legales.- En el aspecto político, la inestabilidad política constituye la principal amenaza porque genera incertidumbre en los costos, disminución en las ventas por el cierre de locales y canales de distribución, por otra parte consideran que la

corrupción también es una amenaza para ellas y las ferias, ya que favorece a las amistades de autoridades, no se brinda información correcta y existe direccionamiento. Así mismo, las emprendedoras comentaron que la formalización es una oportunidad, ya que les permite captar más clientes, ser confiables, acceder a financiamiento o trabajar con otras empresas; por otra parte, indicaron que es una amenaza cuando estas iniciando con un emprendimiento por los altos impuestos, ventas variables, seguimiento estricto, información con términos muy técnicos y procesos muy burocráticos.

Las emprendedoras coinciden en que los programas gubernamentales constituyen una oportunidad pero son algo limitados, teóricos, piden muchos requisitos, tienen una difusión poco efectiva, consideran que estos serían óptimos si fueran más prácticos, diversificados y flexibles a emprendimientos; lo predominante en las emprendedoras es que no accedieron a fondos de apoyo por falta de información apropiada y oportuna, consideran que sería una oportunidad si fuera más abierto para todos los emprendimientos.

➤ **Interpretación.** En el aspecto político se aprecia que la inestabilidad política y corrupción componen la principal amenaza del entorno, siendo el origen de otros contextos negativos como en lo social y económico, como consecuencia esta influencia negativamente en el nivel de ventas, costos y acceso a ferias. La formalización, programas gubernamentales y fondos de apoyo constituyen una oportunidad para los emprendimientos porque les permite ser confiables, fortalecer sus conocimientos y desarrollarse en el mercado siempre y cuando estos posean información adecuada, clara y sean abiertos a todos respectivamente.

B. Económico.- En el aspecto económico, las emprendedoras mencionaron que están condicionadas por diferentes factores, predominando la variación de la tasa de inflación el cual constituye una amenaza que genera incertidumbre, incremento en precios, especulación, dando origen a la disminución de ventas y utilidades así como el aumento en costos de materia prima. Seguido a ello, la inestabilidad del tipo de cambio produce que las emprendedoras que tienen proveedores directos e indirectos internacionales compren insumos, materia prima y productos a altos precios.

Existe un consenso en la idea de que la tasa de desempleo en pandemia impulsó la creación de emprendimientos, se dieron nuevas formas de generar ingresos, lograron lanzarse al mercado, tuvieron ventas altas, dieron a conocer su marca, se adentraron redes y se dedicaron a trabajar arduamente en su emprendimiento; por otra parte, las emprendedoras consideran que la tasa de desempleo genera menos poder adquisitivo en los clientes, lo cual supone menos ventas ya que todos los negocios no son de necesidad primaria.

Así mismo, más de la mitad de emprendedoras coinciden que las tasas de interés de entidades financieras constituyen una oportunidad brindando facilidades de pago, siempre y cuando se tenga claro en qué se invertirá; para la minoría restante de las emprendedoras no es una oportunidad, por las altas tasas de interés y el aprovechamiento de estas entidades por el desconocimiento que se tiene en el tema.

➤ **Interpretación.** En el ámbito económico, los emprendimientos enfrentan una serie de desafíos siendo poco favorables para su desarrollo; las variaciones que se suscitan en la tasa de inflación repercuten al costo de materia prima y tipo de cambio, generando incertidumbre y especulación en los precios afectando a las ventas,

costos, etc. Las tasas de interés de las entidades financieras (predominando las cajas municipales) son una oportunidad para los emprendimientos porque les permite reinvertir, apalancarse e innovarse brindando facilidades de pago, por otra parte, se considera una amenaza por las altas tasas y desconocimiento de condiciones y políticas financieras como el historial crediticio. Por último, la tasa de desempleo tiene incidencia positiva y negativa, porque fomenta la creación de emprendimientos y por otra parte reduce el poder adquisitivo de los clientes disminuyendo las ventas respectivamente.

C. En el Aspecto Social, Cultural y Demográfico.- En este aspecto, se enfatiza que los conflictos sociales influenciados principalmente por aspectos políticos, representan una amenaza significativa, estos conflictos generan huelgas, paralizaciones, cierres de local y vías, generando que las personas prioricen necesidades básicas, limitando así, las ventas y también los ingresos. Así mismo, los emprendimientos son condicionados por los estilos de vida y hábitos de acuerdo al rubro en el que se desarrollan, ya que la población del cusco posee características y actitudes bastante definidas; consumistas, prefieren precios bajos dejando de lado la calidad, algo reservadas y tradicionalistas siendo en su mayoría regateadores con las emprendedoras.

En referencia a las festividades tradicionales, la mayoría de las emprendedoras comentan que esto no conlleva a más ventas, las fechas que si constituyen una oportunidad son las festividades generales como, Día de la Madre, San Valentín, Navidad, etc. épocas en las cuales se realizan ferias y se obtienen buenos ingresos. De la misma manera la cultura influye positivamente porque la región del Cusco posee

atracciones turísticas y da origen a oportunidades de venta, esto contribuye directa e indirectamente a la economía local.

En el aspecto demográfico, las emprendedoras indican que el emplazamiento geográfico es favorable de la región del Cusco es favorable para el rubro de repostería y producción porque hay oportunidad de obtener materia prima e insumos del entorno local (valle sagrado y selva cusqueña); así mismo, consideran que la ubicación geográfica es una condicionante por el aspecto climatológico ya que en las ferias se suscitan vientos o lluvias haciendo que las personas eviten salir de casa. Por otro lado, todas las emprendedoras comentan que la competencia es algo inevitable y perjudicial por las actitudes de miramiento y envidia, por lo que emplean estrategias para diferenciarse y mejorar constantemente, de la misma manera indican que las organizaciones de emprendimientos son una oportunidad para que puedan vender, llegar a más personas, aprender y crecer. Por último, las emprendedoras consideran que la migración tiene un lado positivo y negativo, primero porque forman parte de su clientela esporádicamente y constituyen mano de obra, y segundo, porque crean imitaciones de productos desprestigiando algunos rubros.

➤ **Interpretación.** El contexto social, cultural y demográfico presenta una serie de consideraciones para los emprendimientos, incluyendo oportunidades, amenazas y condicionantes; como amenaza, los conflictos sociales (huelgas) causados por condiciones políticas interrumpiendo las operaciones de producción, venta y distribución. Los estilos de vida y hábitos de la población condicionan en los emprendimientos a adaptarse y generar estrategias acorde lo mencionado, los competidores en el sector impulsan la necesidad de adaptación y mejora constante

de las estrategias de negocio, en la misma línea, existe mal clima entre emprendedoras por las actitudes de envidia y miramiento; la presencia de organizaciones femeninas que promueven el emprendimiento y realizan ferias en fechas festivas no tradicionales brindan oportunidades para las emprendedoras, además que, la cultura cusqueña atrae a turistas, permitiendo el dinamismo de la economía local. Existen factores que son oportunidades y amenaza a la vez, el emplazamiento geográfico de la región del cusco es una oportunidad, ya que proporciona de materia prima o insumos provenientes de distintas provincias cercanas; la variabilidad climática impredecible en la región se convierte en una amenaza; por otro lado, la migración hace que haya clientes extranjeros, pero al mismo tiempo desprestigian los productos creando imitaciones de baja calidad.

D. En el Aspecto Tecnológico.- Las emprendedoras de la comunidad Woman Power mencionan diferentes factores que influyen en los emprendimientos, lo primero que comentan es que la transformación digital es una oportunidad para llegar a más clientes, permite automatizar procesos, reducir tiempos y esfuerzo, de la misma manera la innovación en tecnología permite maximizar recursos a través de máquinas y equipos para sus talleres, así como la implementación de medios de pago accesibles al público. Asimismo, todas las emprendedoras coinciden en que la internet es una oportunidad para el crecimiento y desarrollo de su negocio, la internet les proporciona un canal eficaz para conectar con un público más amplio, lo que se traduce en un aumento en las ventas, reconocen que la web les brinda la posibilidad de acceder a capacitación y recursos informativos permitiendo mantenerse actualizadas. Por otro lado, consideran que existe

riesgo en la internet siendo esta una amenaza, afectando a lo que les ha costado construir en aspectos digitales y data.

- **Interpretación.** En el aspecto tecnológico se tiene un entorno influyente favorable para todos los emprendimientos permitiendo innovar, tener acceso a información, maximizar recursos, reducir esfuerzos y tiempo, facilitando la comunicación, difusión y desarrollo óptimo de estos, por otra parte, los emprendimientos se encuentran informados respecto al riesgo que corren en redes como la información falsa, virus, hackers o robo de información.

E. En el Aspecto Ecológico.- Las emprendedoras de la Comunidad Woman Power indican que existen dos factores que influyeron en su emprendimiento, lo primero es la conciencia ecológica siendo una oportunidad y condicionante para la adaptación a expender en bolsas de papel, envases biodegradables, generar menos desperdicios, fomentar el cuidado del medio ambiente con ferias de temática sostenible y moda circular. Además, todas coinciden en que el cambio climático está generando nuevos estilos de vida y las personas están tomando conciencia a las cuales se tienen que adaptar.

- **Interpretación.** En el ámbito ecológico, se destaca la influencia de la conciencia ambiental y el cambio climático en los emprendimientos, lo que lleva a las emprendedoras a implementar estrategias respetuosas con el medio ambiente. Esto incluye la adopción de prácticas como el uso de envases biodegradables, la reducción de residuos, la promoción de la moda circular como una fuente de ingresos y una mayor preocupación por la preservación del entorno natural circundante. Estas acciones no solo contribuyen a la imagen comercial de las emprendedoras, sino que

también se integran en el núcleo o core business de su modelo de negocio, reflejando su compromiso con la sostenibilidad ambiental.

Un factor que está presente en todos los aspectos es la globalización, está en lo político, económico, social, tecnológico y ecológico, considerado como una oportunidad para los emprendimientos porque posibilita el intercambio cultural, influencia de nuevas tendencias sociales, estilos de vida, moda y conciencia ambiental, intercambio de tecnología, innovación y disminución de barreras de entrada entre mercados mediante tratados o acuerdos.

Según las observaciones, las emprendedoras perciben que para lograr salir adelante con el emprendimiento son determinantes la gestión de los factores internos y la actitud positiva y resiliente frente a diferentes situaciones.

5.3 Discusión de Resultados

Como objetivo general se consideró analizar los factores de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power en la Provincia y Región Cusco; en base a ello se tomó de referencia la teoría de la sostenibilidad, Schaltegger y Wagner citados por (Reina Gutiérrez et al., 2018) indican que un emprendimiento es sostenible cuando esta sobrevive en el tiempo, de esta manera se señala que la sostenibilidad implica la habilidad de una empresa para perdurar a lo largo del tiempo, el nivel de desarrollo de sus capacidades y competencias permite subsistir durante un extenso período, generando rentabilidad y valor tanto para la empresa como para sus colaboradores; además, la revisión de la Teoría del emprendimiento (Avila Angulo, 2021), nos muestra que en el desarrollo de los emprendimientos intervienen factores personales compuestos por las características y rasgos, factores internos relacionados con la gestión y crecimiento de las empresas y los factores externos que determinan las condiciones del entorno.

Los resultados encontrados en la presente investigación, muestran que, los factores que influyen en la sostenibilidad están relacionados con las características personales de las emprendedoras como la motivación y capacidades que poseen para enfrentar las distintas etapas en la gestación y crecimiento de su emprendimiento; la gestión y manejo interno que se realiza en los emprendimientos las cuales hicieron que sean competitivas y exitosas con su emprendimiento y estar presente más de 3.5 años en el mercado superando retos; así también, las condicionantes, amenazas y oportunidades del entorno a las cuales tienen que adaptarse, innovar y crear nuevas estrategias constantemente para seguir desarrollándose; coincidiendo con los resultados de la investigación realizada por (Chinchayán Oliva & Zevallos Ramos, 2018), donde indica que la pasión y ganas del emprendedor son imprescindibles para determinar el éxito, la planificación, los factores relacionados con el producto y competencias comprenden un rol importante en el éxito de estos y el entorno desde el punto de venta físico constituye una condicionante para el desenvolvimiento de estos en el mercado.

Como primer objetivo específico se consideró identificar las características personales en las emprendedoras de la comunidad de Woman Power; en base a ello se estudió el enfoque del General Entrepreneurship Monitor que establece las variables de estudio de las características de los emprendedores con respecto al comienzo y gestación de un negocio con el fin de aprovechar nuevas oportunidades, promover el empleo y la productividad para abordar algunos de los mayores desafíos de la sociedad. Los resultados encontrados en la presente investigación; muestran que las emprendedoras tienen la edad de 30 años en promedio, con motivación de conseguir independencia económica y la pasión por lo que hacen, predominando los emprendimientos por oportunidad, oportunidad y necesidad, en cuanto a la educación son mujeres profesionales que están en capacitación continua en temas de gestión de negocios, predomina el autoempleo a través de sus

emprendimientos el cual les genera más ingresos que un trabajo independiente, las competencias que ellas poseen son los conocimientos en la gestión de marketing y administración de su negocio, la habilidades más predominantes que poseen, que son resilientes, comunicativas, constantes, creativas, se autogestionan y se adaptan a los cambios; y por último, las actitudes predominantes es que tienen mentalidad positiva, son visionarias, racionales, realistas, flexibles y empáticas. De esta forma concuerdan con (Montero González & Camacho Ballesta, 2019), quien señala que las mujeres que emprenden son mayores a 30 años, en cuanto a la formación mientras más preparadas sean, mayor es la capacidad para iniciar un negocio y mayor es el número de negocios, consideran que es una oportunidad con mejores condiciones que trabajar para alguna empresa o entidad. Asimismo, (Ávila et al., 2020), determina que la capacidad y destrezas personales, sociales y psicológicas influyen para iniciar un emprendimiento, las personas que emprenden tienen la motivación de tener independencia económica y buscar una mejor forma de vida para su familia, contribuyendo de una manera positiva en el desarrollo económico de su territorio; en la misma línea (Almanza Ambia & Del Alcazar Ruiz, 2020), corrobora señalando que la pasión y las ganas por parte del emprendedor son imprescindibles para lograr consolidar el proyecto. Por último, (Orihuela Ríos, 2022), indica que las mujeres que emprenden tienen la característica de ser perseverantes, positivas y nunca desmayarse ante cualquier situación adversa que se les presentan.

El segundo objetivo es analizar los factores internos de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, para ello se tomó la Teoría de la administración estratégica (David, 2003), quien señala que los factores internos integra las áreas funcionales de una empresa, como es la administración, el marketing, las operaciones, las finanzas y contabilidad, los recursos humanos, la producción y las operaciones, actividades de desarrollo e investigación y los sistemas de información para conseguir el éxito, dichos factores se pueden controlar, esto

determina las fortalezas y debilidades que sirven para medir el desempeño con relación a los competidores. Los resultados del análisis de los factores internos muestran la importancia que tiene el marketing en estos tiempos mediante las estrategias aplicadas en las 4Ps, que cuenta con una marca sólida, producto establecido de calidad y que cuentan con puntos de venta físicos y virtuales el cual les permite tener más ganancias, existe la importancia que las emprendedoras le asignan al área de finanzas y contabilidad, a pesar de las deficiencias que pueden mejorarse, sus métodos básicos les permite tener un control del flujo económico y el capital, otro punto de importancia es la administración en el que se resalta la importancia de la planificación de objetivos y estrategias que permiten tener una dirección a dónde quieren llegar con sus negocios. De la misma forma, (Almanza Ambia & Del Alcazar Ruiz, 2020), señala que, los factores relacionados directamente al producto y la marca, así como los puntos de venta físico son determinantes para que un emprendimiento se posicione y logre el éxito, así también resalta la importancia de la planificación para el desarrollo del emprendimiento, sobre aquellos relacionados con el entorno en el cual se desarrolla el mismo. En la misma línea, (Ávila et al., 2020) indica que la gestión económica y financiera tienen una incidencia positiva en el desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos femeninos, el cual permite tener rentabilidad sobre el capital invertido, en el mismo sentido, (Chinchayán Oliva & Zevallos Ramos, 2018), indica que uno de los factores principales y críticos es contar con un mecanismo sólido de financiamiento.

El tercer objetivo es analizar la percepción de las emprendedoras sobre la incidencia de los factores externos en la sostenibilidad de los emprendimientos de la comunidad Woman Power, se tomó la Teoría de la administración estratégica de (David, 2003), quien indica que los factores externos presentan oportunidades amenazas y no pueden ser controlados por la organización, estas se encuentran en el entorno global, regional o local. Estos factores son la situación política y legal,

económica, social, tecnológica y ecológica. Los resultados en el segundo objetivo muestran al entorno político como el más sensibles a la sostenibilidad de los emprendimientos, siendo una amenaza porque origina la inestabilidad política (crisis), económica (especulación, incertidumbre) y social (paralizaciones y huelgas) afectando directa e indirectamente al normal funcionamiento de sus operaciones. Los programas gubernamentales, las organizaciones y espacios de venta, la formalización y el financiamiento externo representan oportunidades si estas son comunicadas efectivamente y sean más inclusivos con los rubros, siendo cruciales para comprender el éxito y la adaptabilidad de los emprendimientos en este contexto. De la misma manera, los hallazgos de (Montero González & Camacho Ballesta, 2019) muestran que los emprendimientos están condicionados por aspectos del marco institucional, acceso al financiamiento y la influencia de la tecnología y redes sociales, así como el lugar en el que residen; asimismo, el acceso al financiamiento y apoyo en la formalización de los negocios son esenciales para su permanencia y crecimiento, sumado a ello la capacitación en gestión de negocios, el hecho de ser parte de una asociación o cooperativa ayudan a obtener mejores índices de ingresos y en consecuencia de utilidad (Gutiérrez Cruz et al., 2021), ello es corroborado también por Bermúdez (2019), quien menciona la importancia de las asociaciones estudiadas constituye proyectos de gran innovación, sostenibilidad y participación femenina. Por último, los programas del gobierno para la formación y entrenamiento, exoneración de impuestos como fomento de la formalización tiene incidencia positiva en las oportunidades, creación y desarrollo para los emprendimientos femeninos (Ávila et al., 2020).

CONCLUSIONES

En la presente investigación se identificó y analizo los factores que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos femeninos de la comunidad Woman Power. A continuación, se muestra las conclusiones de acuerdo a los objetivos establecidos en el presente trabajo de investigación.

1. Los factores de sostenibilidad en los emprendimientos femeninos de la comunidad Woman Power, están ligados a las características personales de las emprendedoras, destacándose por su pasión, motivación por la independencia económica, habilidades y actitudes; dentro de los factores internos se resalta la gestión eficaz del área de marketing, asimismo, se destaca la importancia y la intención de mejora en las áreas de operaciones y logística, finanzas y contabilidad, los recursos humanos, la administración, la gestión de la información y la comunicación, tecnología, innovación y desarrollo; en cuanto a los factores externos, la más sensible a ellas es la inestabilidad política, económica y social originados por el aspecto político-legal lo cual afecta a la ejecución regular de procesos y operaciones en los emprendimientos.
2. Las emprendedoras de la comunidad Woman Power son jóvenes y adultas con edades que oscilan entre los 23 y 45 años, poseen características personales como la madurez emocional, la pasión, el aprendizaje constante y el esfuerzo, siendo esenciales para su éxito. Su motivación se basa en la independencia económica, contar con local propio y reconocimiento en el mercado. El 45% de emprendimientos son por oportunidad, otro 45% son por oportunidad y necesidad, y un 10% netamente por necesidad. Todas las emprendedoras cuentan con educación siendo este no indispensable para emprender, pero si necesario la capacitación constante. El emprendimiento les genera autoempleo y a la par

algunas poseen trabajos profesionales dependientes. Las emprendedoras madres le dedican menos tiempo a su negocio debido a las responsabilidades familiares. Las emprendedoras poseen habilidades y actitudes esenciales para hacer crecer sus emprendimientos, en cuanto a los conocimientos, las emprendedoras con profesiones relacionadas a negocios tienen cierta ventaja sobre las demás. A pesar de dichas competencias, algunas emprendedoras tienen la mentalidad de que siempre deben tener el apoyo de otras personas para ser independientes.

3. Los factores internos de sostenibilidad en los emprendimientos femeninos de la comunidad Woman Power, presentan como área fundamental al marketing que está gestionada adecuadamente, con estrategias efectivas en Plaza, Precio, Promoción y Producto, con una marca sólida, presente en entornos físicos y virtuales; concerniente a la gestión de las finanzas y contabilidad, el control de ingresos, egresos y utilidades es básica no exhaustiva y no técnica. Se apalancan con financiamiento a pesar de los altos intereses; además, existe el riesgo de inversión al no contar con suficiente educación financiera. Además, en el área de Administración, se definen como prioridades la misión, visión, objetivos y estrategias de forma empírica, sin considerar los criterios y aportes conceptuales de la administración estratégica; siendo estos no interiorizados ni compartidos.
4. Los factores externos que más inciden en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, están asociados al entorno político como originan la inestabilidad política (crisis), económica (especulación, incertidumbre) y social (paralizaciones y huelgas) afectando directa e indirectamente las operaciones. La formalización, programas gubernamentales y fondos de apoyo representan oportunidades siempre y cuando se provea de información

clara y acceso inclusivo. Siendo influencias cruciales para comprender el éxito y la adaptabilidad de los emprendimientos en este contexto.

RECOMENDACIONES

1. Las emprendedoras de la comunidad Woman Power deben mejorar la eficiencia y efectividad de sus emprendimientos mediante la participación en cursos de gestión de negocios, la búsqueda de mentores con experiencia, fortalecer las relaciones y Powertalks (charlas de poder), asimismo, deben enfocarse en reforzar áreas relevantes que impacten directamente en las ventas e ingresos, estableciendo indicadores para evaluar su desempeño y concentrándose en la mejora continua. De la misma manera, recomendar a la comunidad que se mantengan informadas sobre los acontecimientos del entorno externo para anticiparse a las situaciones que permitan tomar decisiones acertadas; y por último, incitar a las emprendedoras encabezada por la CEO, buscar nexos con entidades públicas o privadas que fomenten el emprendimiento para el beneficio de la comunidad Woman Power.
2. Las emprendedoras de la comunidad Woman Power presentan una serie de características personales que han sido fundamentales para enfrentar desafíos y lograr el éxito, recomendar que sigan manteniendo la mentalidad y actitud positiva siendo resilientes; asimismo, mantenerse firmes en seguir construyendo su independencia económica. A las emprendedoras que son madres o las que poseen trabajo independiente, se recomienda organizarse y establecer tiempos para su emprendimiento para que puedan mejorar la gestión y valor de su negocio; respecto a sus competencias, a pesar de contar con habilidades positivas, existe la necesidad de superar la creencia arraigada o estereotipos de que, por ser mujeres, dependen siempre de la ayuda de otras personas para progresar, por ello se recomienda que se trabaje en el empoderamiento y la confianza en sí mismas.
3. Referente a los factores internos, es esencial destacar que la gestión de estos desempeña un rol importante en la consolidación de los emprendimientos. Referente al área de marketing y

ventas, se recomienda mantener la gestión eficiente de las estrategias de marketing mediante la capacitación continua. Asimismo, se recomienda al área de finanzas y contabilidad emplear plantillas diseñadas y organizadas en la herramienta Excel que permita tener una contabilidad exhaustiva y detallada. Así también, capacitarse en educación financiera mediante cursos o talleres; además, se sugiere empezar a contar con historial crediticio el cual permita acceder a créditos con bajas tasas de interés. Por último, se recomienda considerar los criterios y aportes de la administración estratégica en la formulación de la misión, visión, objetivos y estrategias, asegurándose de que sean comunicados e interiorizados por los miembros del emprendimiento para lograr su implementación efectiva.

4. Para los factores externos, que actúan en forma de amenazas, oportunidades o condicionantes. En lo político, es esencial que las entidades públicas habiliten más espacios para la realización de ferias, crear programas prácticos e inclusivos haciendo difusión oportuna y proporcionar fondos de apoyo menos limitados; y la proactividad por parte de la comunidad en informarse constantemente. En lo económico, es crucial que las emprendedoras se mantengan alerta a las tendencias económicas como la tasa de inflación y tipo de cambio, se diversifique proveedores para reducir riesgos, adapten estrategias para aprovechar las oportunidades en un entorno económico dinámico. En el ámbito social, cultural y demográfico; es esencial mantener canales de comunicación abierta a la comunidad; la adaptación constante realizando investigaciones de mercado, la flexibilidad en las estrategias comerciales como la innovación constante para mantener la competitividad.

REFERENCIAS

- Aguayo, E. C., & Hinrichs, J. S. (2015). Curadoras de semillas: Entre empoderamiento y esencialismo estratégico. *Revista Estudios Feministas*, 23, 347-370.
<https://doi.org/10.1590/0104-026X2015v23n2p347>
- Ahmad, N., & Seymour, R. G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection* (SSRN Scholarly Paper 1090372).
<https://doi.org/10.2139/ssrn.1090372>
- Alburquerque, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local* (Vol. 1). Organización Internacional del Trabajo Buenos Aires.
- Almanza Ambia, C. G., & Del Alcazar Ruiz, M. C. (2020). *Factores relacionados a la consolidación de los emprendimientos: Diagnóstico y descripción en los emprendimientos consolidados de La Feria de Barranco*.
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/17026>
- Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, No. 383, 2012, págs. 43-52. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/3329>
- Amaiquema Marquez, F. A., Vera Zapata, J. A., Zumba Vera, I. Y., Amaiquema Marquez, F. A., Vera Zapata, J. A., & Zumba Vera, I. Y. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Conrado*, 15(70), 354-360.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1990-86442019000500354&lng=es&nrm=iso&tlng=es

- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 1-15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71617238002>
- Aponte Camargo, F. (2022). *Financiamiento de las Mypes comerciales de los distritos 1 – 2 del Municipio de Viacha*. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/31646>
- Apud, I. (2011). Magia, ciencia y religión en antropología social. De Tylor a Levi-Strauss. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 30(2).
- Asociación Kallpa. (s. f.). Recuperado 15 de junio de 2023, de <https://www.kallpa.org.pe/es>
- Avila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Ávila, J. A. G., Reinoso, J. R. R., Castillo, D. C. C., & Ochoa, M. E. C. (2020). Factores que inciden en el emprendimiento sostenible de las mujeres ecuatorianas. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4(37), 97-110. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss37.2020pp97-110>
- Bargsted A., M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25), 121-132. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-89532013000200009&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- BCRP. (2022). *INFORME MACROECONÓMICO: III TRIMESTRE DE 2022*. 82.
- Begley, T. M., Tan, W.-L., & Schoch, H. (2005). Politico–Economic Factors Associated with Interest in Starting a Business: A Multi–Country Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), 35-55. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00068.x>

- Bermúdez, M. I. C. (2019). INCIDENCIA DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL FEMENINO EN EL DESARROLLO DEL CUSCO, UNA MIRADA DESDE LA EDUCACIÓN: *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas (Cusco)*, 11, Article 11.
<https://doi.org/10.51343/rfdcp.v4i11.154>
- Bonet, A. (2021, abril 19). El emprendimiento en el mundo. *Ángel Bonet*.
<https://www.angelbonet.com/el-emprendimiento-en-el-mundo/>
- Borja, A. H., Carvajal, H. R., & Vite, H. A. (2020). *Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad*.
- Calánchez, A., Ríos Cubas, M. A., Zevallos Aquino, R. L., & Silva Peralta, F. J. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la pandemia COVID-19. *Revista de ciencias sociales*, 28(1), 275-287.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8297224>
- Cámara de Comercio Cusco. (2022, octubre 4). “ESPÍRITU EMPRENDEDOR” EN EL PERÚ Y EN EL CUSCO: ¿ILUSIÓN O REALIDAD? *Cámara de Comercio de Cusco*.
<https://www.camaracusco.org/espíritu-emprendedor-en-el-peru-y-en-el-cusco-ilusion-o-realidad/>
- Carmona, C. S. V., & Flores, S. R. de. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Laurus*, 13(23), 249-262.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76102313>
- Chamorro González, C. L., Rangel Gil, D., & Acevedo Valencia, J. M. (2022). Revisión del cumplimiento del ods-5 (igualdad de género) en el contexto colombiano. *Criterio Libre*, 20(36), 1-12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8542575>

- Chiavenato, I. (2001). *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN*. 589.
- Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos. Recuperado de [https://www. Upg. Mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-12-Administracion-derecursos-humanos. El-capital-humano. pdf](https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-12-Administracion-derecursos-humanos.El-capital-humano.pdf).
- Chinchayán Oliva, R. S., & Zevallos Ramos, G. G. (2018). *Análisis de los factores de sostenibilidad en un emprendimiento social: Estudio de caso Laboratoria Perú – sede Lima*. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12214>
- CISE. (s. f.). Recuperado 12 de junio de 2023, de <https://dercusco.pe/cise>
- D'aleccio Ipinza, F. A. (2015). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. Editorial Centrum.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson educación.
- Dawson, D., Fountain, J., & Cohen, D. A. (2011). Seasonality and the Lifestyle “Conundrum”: An Analysis of Lifestyle Entrepreneurship in Wine Tourism Regions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(5), 551-572. <https://doi.org/10.1080/10941665.2011.597580>
- Díaz Casero, J. C., Urbano Pulido, D., & Hernández Mogollón, R. (2005). Teoría Económica Institucional Y Creación De Empresas /. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa (IEDEE)*, 11(3), 209-230. <https://ideas.repec.org/a/idi/jiedee/v11y2005i3p209-230.html>
- Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship: Strategies and resources* (4th ed). Marsh Publications.

- Elizalde-Marín, L. (2018). Gestión de almacenes para el fortalecimiento de la administración de inventarios. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, noviembre.
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/11/almacenes-inventarios.html>
- El-Namaki, M. S. S. (1988). Encouraging entrepreneurs in developing countries. *Long Range Planning*, 21(4), 98-106. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(88\)90014-3](https://doi.org/10.1016/0024-6301(88)90014-3)
- Farro, T. M. (2018). El ecosistema emprendedor en América Latina. *Para Emprender*.
<https://journals.continental.edu.pe/index.php/ParaEmprender/article/view/674>
- Fernández, I. D. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja Competitiva: ¿contraposición o conciliación? *Economía y desarrollo*, 144(No1).
- FMBBVA. (2017, diciembre 12). Informe sobre emprendimiento femenino. *Progreso*.
<https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/revistaprogreso/womens-entrepreneurship-informe-especial-sobre-emprendimiento-femenino/>
- Galán, J. S. (s. f.). *Creación de valor—Definición, qué es y concepto*. Economipedia. Recuperado 20 de junio de 2023, de <https://economipedia.com/definiciones/creacion-de-valor.html>
- García, D. R. F. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*.
- García Peña, A. (2019, abril 2). *Ecosistema emprendedor | Blogs*. Gestión.
<https://gestion.pe/blog/innovar-o-ser-cambiado/2019/04/ecosistema-emprendedor.html/>
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T.-S. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *The Academy of Management Review*, 20(4), 874-907. <https://doi.org/10.2307/258959>
- Global Reporting Initiative. (2021). Buenas prácticas de sostenibilidad en la Mipyme peruana. *Lima: Fondo Cooperación Suiza-SECO*.

- Gutiérrez Cruz, M., Such-Devesa, M. J., & Gabaldón Quiñones, P. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Investigaciones Turísticas*, 22, 148-175. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8017964>
- Guzmán Vásquez, A., & Trujillo Dávila, M. A. (2008). EMPRENDIMIENTO SOCIAL - REVISIÓN DE LITERATURA. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-123. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0123-59232008000400005&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Heras García, A. de las, & Landeta Echeberria, A. (2021). La influencia del covid-19 en la transformación digital del trabajo. *Ecosistema de una pandemia: COVID 19, la transformación mundial, 2021, ISBN 978-84-1377-328-5, págs. 996-1018, 996-1018.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8027070>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). McGraw-Hill Interamericana México.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s. f.). Recuperado 22 de mayo de 2023, de <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-mas-de-2-millones-838-mil-empresas-12937/>
- Ishikawa, K. (2003). *Que Es El Control Total de Calidad?* Editorial Norma.
- Jiménez, R. A., Campos, P. C., & Hernández, J. G. V. (2019). Los factores internos de las pymes y su influencia en la competitividad (caso sector comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán). *Horizontes Empresariales*, 18(2), Article 2. <https://doi.org/10.22320/hem.v18i2.3907>

Johannessen, J.-A., Olsen, B., & Lumpkin, G. (2001). Innovation as newness: What is new, how new, and new to whom? *European Journal of Innovation Management*, 4, 20-31.

<https://doi.org/10.1108/14601060110365547>

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business Press.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vCnhFu52rosC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Kaplan,+Robert+y+Norton,+David.+\(2004\).+Strategy+maps.+Converting+intangible+assets+into+tangible+outcomes.+Boston,+Massachusetts:+Harvard+Business+School.+&ots=wN2MQJWmly&sig=xigcKT9woAAJSUKLbN90uBbR9kM](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vCnhFu52rosC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Kaplan,+Robert+y+Norton,+David.+(2004).+Strategy+maps.+Converting+intangible+assets+into+tangible+outcomes.+Boston,+Massachusetts:+Harvard+Business+School.+&ots=wN2MQJWmly&sig=xigcKT9woAAJSUKLbN90uBbR9kM)

León, D. D. de, & Cancino, C. A. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: Casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*, 7(1), Article 1. <https://journalmbr.net/index.php/mbr/article/view/352>

Manrique López, A. (2016). Gestión y diseño: Convergencia disciplinar*. *Pensamiento & Gestión*, 40, 129-158. <https://doi.org/10.14482/pege.40.8808>

Mediavilla, M. E., Quintana, S. M., & López, I. G. (2020). Diagnóstico de sensibilidad medioambiental en estudiantes universitarios. *Educación y Educadores*, 23(2), 179-197. <https://www.redalyc.org/journal/834/83466582002/html/>

Montero González, B., & Camacho Ballesta, J. A. (2019). Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. *Ene*, 9, 34.

Nacional, I. G. (s. f.). *Glosario de términos geográficos para las pruebas de acceso a la universidad*. Geoportal oficial del Instituto Geográfico Nacional de España. Recuperado 10 de julio de 2023, de <https://www.ign.es/web/ign/portal/recursos-educativos/glosario-IGN-AGE>

- News Center Microsoft, L. (2022, febrero 10). *Aceleración digital: Más del 94% de las pymes peruanas invirtió en tecnología en el último año*. News Center Latinoamérica.
<https://news.microsoft.com/es-xl/aceleracion-digital-mas-del-94-de-las-pymes-peruanas-invirtio-en-tecnologia-en-el-ultimo-ano/>
- Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de dos criterios de rigor e éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274.
- Orihuela Ríos, N. C. (2022). Emprendimiento femenino: Características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8226549>
- Osorio, B. (2019). *Criterios de Calidad y Rigor en la Metodología Cualitativa*.
- Patiño, J. D., Ariza, A. R., & Pitre-Redondo, R. (s. f.). *El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible*.
- Pérez, L. M., Dávila, K. S., & Bardales, J. M. D. (2021). Gestión de la compensación profesional y desempeño laboral en unidades administrativas de salud, distrito de Tarapoto, 2015 – 2016. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), Article 2.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.376
- Perú Panorama general*. (s. f.). [Text/HTML]. World Bank. Recuperado 10 de julio de 2023, de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Philo, J. R. (2016). Diana Rivenburgh. *The New Corporate Facts of Life*. New York, NY: AMACOM, 2014, 256 pages, \$27.95 hardcover. *Personnel Psychology*, 69(4), 1017-1018. <https://doi.org/10.1111/peps.12196>

- Quevedo, L. F. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 57-62.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2521-27372019000200006&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Ravelo, J. (2012). Las mypes en el Perú. *Strategia*, 26, 45-47.
Red Regional de Mujeres Emprendedoras y Empresarias de la Región Cusco | REDMEEC.
(s. f.). Recuperado 12 de junio de 2023, de <https://www.redmeec.com/>
- Reina Gutiérrez, W., Sépulveda Rivillas, C. I., & González Uribe, G. J. (2018). Análisis semiparametrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(1), 163-180.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6228912>
- Roldán, P. N. (s. f.). *Desarrollo económico*. Economipedia. Recuperado 20 de junio de 2023, de <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo.html>
- Ruedas Marrero, M., Ríos Cabrera, M. M., & Nieves, F. (2009). Hermenéutica: La roca que rompe el espejo. *Investigación y Postgrado*, 24(2), 181-201.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1316-00872009000200009&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Ruíz, L. P., Sánchez, M. del C. R., & Ulloa, L. G. Y. P. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, 14(2), Article 2.
<https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>
- Sánchez, J. C. J. (2011). La innovación: Una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *Perspectivas*, 27, 47-71.

- Santos, F. J., Barroso, M. de la O., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, 35, 177-196.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567010>
- Serida Nishimura, J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O., & Guerrero de Lizardi, C. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019*. Universidad ESAN. <https://repositorio.esan.edu.pe///handle/20.500.12640/2070>
- Sparano Rada, H. (2014). Emprendimiento en américa latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-85632014000200008&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Speth, C. (2016). *El análisis DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio*. 50Minutos.es.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados* (1ª reimpresión en España). Paidós Ibérica.
- Teran-Yepez, E., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista ESPACIOS*, 41(07).
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Thompson, I. (s. f.). *La Segmentación del Mercado*.
- UTEC. (2022, mayo 4). *¿Cómo avanza el Perú en el desarrollo de tecnología?*
<https://utec.edu.pe/blog-de-carreras/utec/como-avanza-el-peru-en-el-desarrollo-de-tecnologia>
- Vara-Horna, A. (2012). *Desde la Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2238.4080>

Vilaplana, F., & Stein, G. (2020). Digitalización y personas. *Revista Empresa y Humanismo*, 113-137. <https://doi.org/10.15581/015.XXIII.1.113-137>

Yagual, R. C., & Pico, L. (2017). El emprendimiento por oportunidad versus el emprendimiento por necesidad en el Ecuador. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 17(16), Article 16. <https://doi.org/10.47189/rcct.v17i16.128>

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

ANEXOS

Matriz de consistencia

Título: Factores de Sostenibilidad en emprendimientos de la Comunidad Woman Power, Provincia y Región Cusco, 2018-2022					
PROBLEMA	OBJETIVOS	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	SEGMENTOS	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿Cuáles son los factores de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, 2018-2022?</p> <p>Problemas Específicos 1. ¿Qué características personales presentan las emprendedoras de la comunidad Woman Power? 2. ¿Cuáles son los factores internos de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power? 3. ¿Cuál es la percepción de las emprendedoras sobre la incidencia de los factores externos en la sostenibilidad de los emprendimientos de la comunidad Woman Power?</p>	<p>Objetivo General Analizar los factores de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, 2018-2022</p> <p>Objetivos Específicos 1. Identificar las características personales de las emprendedoras en los emprendimientos de la comunidad Woman Power. 2. Analizar los factores internos de sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power. 3. Analizar la percepción de las emprendedoras sobre la incidencia de los factores externos en la sostenibilidad de los emprendimientos de la comunidad Woman Power.</p>	Factores de Sostenibilidad en emprendimientos	Características Personales	-	<p>Tipo de Investigación Aplicada Nivel de Investigación Descriptivo Diseño de la Investigación No experimental Por la Prolongación en el tiempo Transversal Por el Enfoque de la investigación Cualitativa Por el método de investigación Inductivo Población de Estudio 200 emprendimientos Muestra 11 emprendimientos Técnicas -Entrevista -Observación Instrumentos Guía de Entrevista Notas de Campo</p>
			Factores Internos	-Administración -Marketing y Ventas -Operaciones -Finanzas -Humanos -Información y Comunicación -Tecnologías, Investigación y Desarrollo	
			Factores Externos	-Político - Legal -Económico -Social, Cultural y Demográfica -Tecnológico -Ecológico	

Matriz de Operacionalización

CATEGORÍA	CONCEPTUALIZACIÓN	SUB CATEGORÍA	SEGMENTOS	CONCEPTUALIZACIÓN	SUB SEGMENTOS
Factores de sostenibilidad en emprendimientos	En el desarrollo de los emprendimientos intervienen factores, sean de aspectos personales o diferentes a esta, que están al alcance de ser controlados por la organización, influidos o acondicionados por aspectos externos del entorno en la que estas se desenvuelven; por ello la importancia de conocer y determinar cuáles intervienen en la consolidación y sostenibilidad de los negocios.	Características Personales	-	Las capacidades de las personas emprendedoras incluyen conocimientos, habilidades y actitudes, no temen emprender para alcanzar objetivos. El perfil del emprendedor requiere pensamiento crítico, comunicación, investigación, adaptabilidad, negociación, ética y resiliencia (Borja et al., 2020).	-Edad -Motivación -Educación/formación -Situación Laboral -Competencias
		Factores Internos De Sostenibilidad (AMOFHIT)	Administración	La administración es la gerencia que tiene la responsabilidad la parte estratégica y operacional, así como determinar los objetivos y estrategias, la asignación inteligente de recursos hacia las áreas funcionales y el cumplimiento de la misión de la organización.	-Objetivos -Visión -Misión
			Marketing y Ventas	El marketing es el área funcional encargada de las decisiones relacionadas con el producto, la comunicación, distribución, precio, el uso de herramientas para el estudio de mercado, segmentación y posicionamiento del producto; todo con el fin de orientación empresarial centrada en la satisfacción de necesidades.	-Plaza -Precio -Promoción -Producto
			Operaciones y Logística	El área funcional de las operaciones es la encargada de la realización de los procesos para la producción de servicios y/o servicios, incluye funciones de logística, producción, mantenimiento y calidad.	-Infraestructura -Calidad -Almacén -Inventarios -Distribución -Proveedores

		Finanzas y Contabilidad	Es el área responsable de la obtención de recursos económicos en el momento oportuno, cantidad y calidad, el costo para que la organización pueda realizar sus operaciones sosteniblemente, realiza la gestión de las estrategias financieras a través de diferentes fuentes.	<ul style="list-style-type: none"> -Capital -Financiamiento -Nivel de Ingresos -Utilidades -Costos
		Recursos Humanos	El recurso humano es considerado el activo más valioso de toda la organización, movilizándolo los recursos tangibles e intangibles, encargados de hacer funcionar en ciclo operativo, estableciendo las relaciones que permiten la obtención de objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> -Remuneración -Capacitación -Tareas y/o actividades -Clima organizacional -Rotación de Personal -Número de Trabajadores
		Información y Comunicación	Brindan soporte de comunicación e información para la toma de decisiones, la ejecución de procesos productivos, cumplir con la metas y apoyo al área de marketing, asignación de recursos y proveer información oportuna de los problemas.	<ul style="list-style-type: none"> -Gestión de data -Plataforma tecnológica (manejo y coordinaciones internas)
		Tecnologías, Investigación y Desarrollo	Esta área es la encargada básicamente del desarrollo de nuevos productos y procesos frente a la competencia, mejorar la calidad de los productos y los procesos de producción optimizando la productividad.	<ul style="list-style-type: none"> -Innovación tecnológica -Actualización de conocimientos
	Factores Externos De Sostenibilidad	Político – Legal	Son las fuerzas que determinan las reglas formales e informales, bajo las cuales se rigen las organizaciones, tienen un grado alto de influencia en las operaciones de los negocios, proveedores y compradores.	<ul style="list-style-type: none"> -Inestabilidad política -Corrupción -Formalización -Programa gubernamental -Fondo de apoyo
		Económico	Son las que determinan las líneas macroeconómicas, las condiciones de los financiamientos, inversión, tienen una incidencia directa el poder adquisitivo de los clientes, el comercio internacional, etc.	<ul style="list-style-type: none"> -Tasa de inflación -Costo de materia prima -Tipo de cambio -Tasa de desempleo -Poder Adquisitivo -Tasa de Interés

		<p>Social, Cultural y Demográfica</p>	<p>Incluye creencias, valores, actitudes y estilos de vida desarrollados a partir del contexto social, cultura, demografía, etnia y religión que se encuentran en el ambiente de la organización, ayudando a definir el perfil de los consumidores, hábitos de compra y comportamientos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Conflictos sociales -Estilos de Vida y Hábitos -Festividades -Cultura -Emplazamiento geográfico -Competencia -Organizaciones de Emprendimiento -Población -Migración
		<p>Tecnológico</p>	<p>Están caracterizadas por la aceleración del cambio e innovación científica, el progreso tecnológico, acceso amplio y difusión del conocimiento obligando a las organizaciones a adaptarse, estas se pueden convertir en fuente de ventaja competitiva sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Transformación digital -Innovación -Internet -Riesgo en Internet
		<p>Ecológico</p>	<p>La conciencia ecológica y la conservación del medio ambiente para las generaciones venideras, las cuales son favorables para su imagen, operaciones, aspectos legales y demás, de acuerdo en la industria en que se encuentra y la comunidad en que opera</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Nivel de conciencia ecológica -Cambio climático

Validación de la guía de entrevista

Ficha de Validación por Criterio de Experto

1. Datos Generales

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto : VENERO VASQUEZ ANA MARIA
 1.2. Grado académico / mención : DR ADMINISTRACION
 1.3. N° DNI / Teléfono y/o celular : 23858088/974210203
 1.4. Cargo e institución donde labora : DOCENTE
 1.5. Autor(es) del instrumento : QUISPE ALEGRIA DAYANNA ALISSONE
 VIRTO LOAYZA LUIS APOLINAR
 1.6. Lugar y fecha : 08 DE SEPTIEMBRE DEL 2023

2. Aspectos de la Evaluación

Indicadores	Criterios	Deficiente	Aceptable	Bueno
		1	3	5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			x
2. Objetividad	El instrumento está organizado y expresado en comportamientos observables.		x	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.		x	
4. Organización	Presentación ordenada.			x
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.			x
6. Pertinencia	Permite conseguir información de acuerdo con los objetivos planteados.			x
7. Consistencia	Pretende conseguir información basado en teorías		x	
8. Coherencia	Entre variable, categorías y subcategorías.		x	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.			x
10. Aplicación	La guía de entrevista permitirá evaluar el tratamiento de la información.			x
Conteo total de marcas		A	B	C
			4	6

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 3 \times B + 5 \times C}{50} = 0.84$$

3. Opinión de aplicabilidad

Intervalo	Categoría	
[0,20 – 0,40]	No válido, reformular	<input type="radio"/>
<0,41 – 0,60]	No válido, modificar	<input type="radio"/>
<0,61 – 0,80]	Válido, mejorar	<input type="radio"/>
<0,81 – 1,00]	Válido, aplicar	<input checked="" type="radio"/>

4. Recomendaciones

PROCEDER A LA APLICACION DE LA ENTREVISTA


 Firma del Experto
 Dra. Ana Maria Venero Vásquez
 DNI. 23858088

Guía de entrevista aplicada

GUIA DE ENTREVISTA N° 01: CARACTERISTICAS PERSONALES

Entrevistado:

Emprendimiento:

Fecha: Hora:

Lugar:

Buenos días/tardes/noches. Nosotros somos Dayanna Alissone Quispe Alegria y Luis Apolinar Virto Loayza, somos bachilleres de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco, de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, actualmente nos encontramos realizando un estudio de investigación sobre los Factores de Sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, la presente entrevista tiene el objetivo de obtener información valiosa, enriquecedora y de primera fuente. Por tal motivo, es indispensable e importante para el presente estudio conocer sus experiencias y opiniones sobre sus características personales como emprendedora consolidada y sostenible.

Antes de iniciar con las preguntas, queremos darle a conocer que estamos muy agradecidos su tiempo y disposición para la entrevista. ¡Muchas gracias!

Preguntas generales para iniciar

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la organización?

Características Personales

Categoría 1. Edad

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

Categoría 2. Motivación

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

Categoría 3. Educación/Formación

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

Categoría 4. Situación Laboral

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

Categoría 5. Competencias (Conocimientos, habilidades y actitudes)

1. Nos podría comentar los conocimientos que posee para el manejo y gestión de su emprendimiento.
2. ¿Qué habilidades posee para el desarrollo de su emprendimiento, cuáles cree que son los más indispensables en una emprendedora, desearía desarrollar alguna otra habilidad como emprendedora?
3. Cuáles son las actitudes que posee como emprendedora, cuan importantes considera que son y por qué.

GUIA DE ENTREVISTA N° 02: FACTORES INTERNOS DE SOSTENIBILIDAD

Entrevistado:

Emprendimiento:

Fecha: Hora:

Lugar:

Buenos días/tardes/noches. Nosotros somos Dayanna Alissone Quispe Alegria y Luis Apolinar Virto Loayza, somos bachilleres de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco, de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, actualmente nos encontramos realizando un estudio sobre los Factores de Sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, la presente entrevista tiene el objetivo de obtener información valiosa, enriquecedora y de primera fuente. Por tal motivo, es indispensable e importante para el presente estudio conocer sus experiencias, conocimientos y opiniones sobre los **factores internos** que intervienen en la sostenibilidad en sus emprendimientos.

Antes de iniciar con las preguntas, queremos darle a conocer que estamos muy agradecidos su tiempo y disposición para la entrevista. ¡Muchas gracias!

Preguntas generales para iniciar

1. ¿Cuánto tiempo tiene su emprendimiento en el mercado?
2. ¿Cuál es el rubro de su emprendimiento?
3. ¿Su emprendimiento esta formalizado?
4. ¿Cuál es la percepción que usted tiene del manejo y gestión de su emprendimiento?

Factores Internos (AMOFHIT)

Categoría 1. Administración

1. Según su opinión, como realiza la administración y planificación de estrategias en su emprendimiento.
2. ¿Nos podría comentar qué aspectos considera relevantes para tener una buena administración de su emprendimiento?

Categoría 2. Marketing

1. ¿Cuán importante considera que es el marketing y cómo lo emplea en su emprendimiento?

Categoría 3. Operaciones

1. Cuéntenos, cómo realiza la gestión de las operaciones en su emprendimiento, teniendo en cuenta que esta incluye la producción, calidad, almacenamiento y transporte.

Categoría 4. Finanzas y Contabilidad

1. ¿Nos podría comentar con que capital inició y cómo está conformado actualmente? ¿Cómo asume los riesgos financieros?
2. ¿Cómo realiza la gestión de su contabilidad y finanzas de su emprendimiento, considera que es rentable?

Categoría 5. Recursos Humanos

1. Coméntenos acerca de cómo realiza la gestión de los recursos humanos en su emprendimiento.
2. ¿Con cuántos trabajadores inició su emprendimiento y como ha ido creciendo este número hasta la actualidad?

Categoría 6. Información y Comunicación

1. ¿Nos podría comentar como realiza la gestión de información y data en su emprendimiento?
2. ¿Qué medios utiliza para la comunicación de información en su emprendimiento?

Categoría 7. Tecnología, Investigación y Desarrollo

1. ¿Usted realiza innovaciones tecnológicas para gestionar de manera más eficiente los recursos en su emprendimiento?
2. Usted investiga y/o toma en cuenta la actualización de información para la mejora continua de su emprendimiento.

Preguntas generales para concluir

1. ¿De acuerdo con su experiencia, coméntenos qué aspectos internos considera más importante para que su emprendimiento sea sostenible? (planificación, uso de redes, calidad, etc.)

GUIA DE ENTREVISTA N° 03: FACTORES EXTERNOS DE SOSTENIBILIDAD

Entrevistado:

Emprendimiento:

Fecha: Hora:

Lugar:

Buenos días/tardes/noches. Nosotros somos Dayanna Alissone Quispe Alegria y Luis Apolinar Virto Loayza, somos egresados de la Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco, de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, actualmente nos encontramos realizando un estudio sobre los Factores de Sostenibilidad en los emprendimientos de la comunidad Woman Power, la presente entrevista tiene el objetivo de obtener información valiosa, enriquecedora y de primera fuente. Por tal motivo, es indispensable e importante para el presente estudio conocer sus experiencias, conocimientos y puntos de vista sobre los factores externos que intervienen en la sostenibilidad en su emprendimiento.

Antes de iniciar con las preguntas, queremos darle a conocer que estamos muy agradecidos su tiempo y disposición para la entrevista. ¡Muchas gracias!

Preguntas generales

1. ¿Cómo influyó el entorno en el desarrollo de su emprendimiento?
2. Coméntenos, cómo influyo la pandemia en su emprendimiento?

Factores Externos (PESTE)

Categoría 1. Político y Legal

1. ¿Cómo considera usted que los aspectos políticos (cambios de gobierno, corrupción, inestabilidad política, entre otros) en los diferentes niveles de gobierno influyen en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento?
2. ¿Cree usted que las leyes que existen en el Perú (formalización, tributación, otros) incidieron de alguna manera el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento?
3. ¿Cuál es su opinión acerca de los programas gubernamentales que existen, así como los fondos de apoyo para el fomento de los emprendimientos?

Categoría 2. Económico

1. ¿Cuál es su percepción del entorno económico (PBI, inflación, tipo de cambio, costos de Materia Prima) para el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento, por qué?
2. Como considera que el desempleo influye en su emprendimiento, sabiendo que reducen su poder adquisitivo, buscan nuevas fuentes de ingreso, entre otros.
3. ¿Cuál es su opinión respecto al financiamiento externo, considera que es una oportunidad para su emprendimiento?
4. ¿Cómo influyo la pandemia en el aspecto económico de su emprendimiento?

Categoría 3. Social, Cultural y Demográfico

1. Con respecto a su emprendimiento, como considera al entorno social del entorno (Conflictos sociales, huelgas, estilos de vida, hábitos, otros)
2. En el aspecto cultural de nuestro entorno, como influyo en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento. (Festividades, costumbres, creencias, entre otros)
3. Usted cómo considera que influyó el entorno geográfico de la ciudad del Cusco (, migración, competencia del mercado, población, segmentación, otros) en la creación, desarrollo y consolidación de su emprendimiento.

Categoría 4. Tecnológico

1. Nos podría comentar de qué manera influyó o condicionó la digitalización, innovación y sistematización en su emprendimiento.
2. ¿Cuál es su opinión respecto a la internet y su incidencia que tuvo en la consolidación de su emprendimiento?

Categoría 5. Ecológico

1. Con respecto a temas ecológicos y ambientales, coméntenos ¿de qué manera cree que el entorno social que es más consciente en estos temas influyó en la creación y desarrollo de su emprendimiento?
2. ¿Cómo considera la incidencia del cambio climático al momento de la creación y desarrollo de su emprendimiento?

Preguntas generales para concluir

1. ¿Cómo cree que la globalización incidió en su emprendimiento?
2. Para usted, cómo sería el entorno más propicio y adecuado para que más emprendimientos logren alcanzar el éxito y no fracasar al poco tiempo.

Transcripción de las entrevistas aplicadas

Categoría 1: Características Personales

Categoría	Preguntas	Emprendimiento 1	Emprendimiento 2	Emprendimiento 3	Emprendimiento 4	Emprendimiento 5	Emprendimiento 6	Emprendimiento 7	Emprendimiento 8	Emprendimiento 9	Emprendimiento 10	Emprendimiento 11
	1. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la organización?	Propietaria y administradora	Propietaria y administradora	Propietaria y Administradora	CEO y Administradora	Propietaria y Administradora	Propietaria y Administradora	Propietaria y Administradora	Propietaria y Administradora	Propietarias	Propietaria y Administradora	Fundadora y gerenta
Edad	2. ¿Cuántos años tiene? ¿A los cuántos años inició su emprendimiento? ¿Cree que la edad relevante a la hora de emprender?	25 años, desde los 18 aproximado La edad no constituye un factor a la hora de emprender.	30 años, a los 25 años La edad no constituye un influye como tal lo que influye es la madurez emocional y tener bien claras las cosas que desees hacer y las herramientas a utilizar	30 AÑOS, desde los 26 años con una marca. La edad no es un factor importante para emprender muy joven o viejo, se sentía preparada para emprender pero a la vez sentía miedo porque era algo nuevo (arriesgar).	30 Años, inicio a los 24 años la edad no es un factor importante para emprender sino la experiencia y las ganas.	29 años, comenzó a los 25 años aproximadamente. Ella considera que en parte influye la edad en el aspecto de aprendizaje, como también algunas aprendieron antes.	23 años a los 16 inicio su emprendimiento. Para ella no fue una limitante, fue una fortaleza porque estaba abierta a aprender a cometer un error y tenía el apoyo de su familia.	23 años comenzó a los 19 años aproximado. Considera que la edad no influye, si no las ganas.	33 años, a los 30 un poquito más antes ya se dedicaba a preparar tortas para amigos de su entorno La edad no constituye factor importante pero si capacitarse	35 años, empezó a los 30 años. Si es importante porque demarca el tiempo adecuado en el cual tanto uno como profesional o como emprendedora tiene la madurez para establecer un negocio o emprendimiento, tomando un camino de manera seria y profesional.	34 años, inicio a los 20 años No es influyente porque más depende del empeño que tu le pongas.	42 años inicio a los 36 años NO, más importante es la preparación, ganas y perseverancia que pones a tu emprendimiento.
Motivación	3. ¿Nos puede comentar sobre su motivación cuando inició y su motivación actual con su emprendimiento?	Inicial. Económica y la moda Actual. Generación de ingresos, socialización, moda y la comunidad de la marca Su emprendimiento es por necesidad y oportunidad.	Inicial. Recreativa y económica Actual. Posicionamiento de marca (tendencia de ropa con conciencia ambiental). Poseer una tienda donde se venda productos de calidad, productos peruanos Emprendimiento por oportunidad	Inicial. Nueva forma de generar ingresos, independencia. Actual. Generar ingresos sin descuidar ser madre. Su emprendimiento nació por necesidad y oportunidad.	Inicial. Emocional y la libertad económica femenina, conocer cómo funciona un negocio. Actual. Libertad económica y ser coach. Ella no quiere que sea un empleo, ella en un inicio tenía que aprender de cómo funciona y delegar, es momentáneo. Su emprendimiento es por necesidad y oportunidad.	Inicial. Gusto por lo antiguo, la conciencia de la contaminación y el cuidado del medio ambiente y generar ingresos Actual. Fomentar la conciencia ecológica Su emprendimiento es por necesidad y oportunidad.	Inicial. Fue que el negocio de accesorios le permitía tener ingresos y no necesitaba mucho tiempo en hacer accesorios, con esto llegó a pagarse la universidad, tener un dinero extra y encontrar un propósito de vida. Actual. Posicionarse en el mercado y vender una inspiración de las personas (experiencias de los clientes, historias). Su emprendimiento surgió a partir de necesidades y oportunidad.	Inicial. Gusto por la cocina, le hace sentir bien, ella se libera al entrar y encuentra tranquilidad Actual. Contar con su propia pastelería y cafetería. Emprendimiento por necesidad y oportunidad.	Inicial. La necesidad de generar dinero (trabajo) en base a sus conocimientos. Actual. Poder crecer más y contar con una pastelería. Su emprendimiento nació por necesidad.	Inicial. encontrar prendas exclusivas para los bebes, calidad, colores y modelos únicos. Actual. Patentar su marca, trabajar de la mano con RURANA (asociación) para tener un mercado más grande, todo esto impulsa a la mejora de sus productos. Emprendimiento por oportunidad.	Inicial. Un hobbies y en la ciudad del Cusco no hay los productos que ella ofrece. Actual. Desea que el emprendimiento funcione sin que ella este presente, su esencia es trabajar de manera artística y tradicional. Emprendimiento por oportunidad.	Inicial. Sacar algo novedoso y de calidad, sobre todo si es de la casa, en pandemia se dio la oportunidad de darle una imagen y mostrar al público. Actual. Que Intira sea reconocida y consumida más en la ciudad del cusco y llegar a ser uno de los GIN únicos en el Perú Emprendimiento por oportunidad.
	4. ¿Qué influyo para que emprendiera en el rubro al cual se dedica?	La venta de ropa y las ganancias	La influencia es depende a las características personales que se posee, como la investigación de mercado, tendencias, moda y tipo de ropa que no hay en el aspecto geográfico.	Darle valor agregado a lo que ya sabía y generar dinero en base a ello.	Su motivación como emprendedora es ser coach y pero para ello necesita vivir experiencias	Tiene el gusto por la ropa antigua, gusto por la moda sostenible, además que conserva la calidad y belleza.	Las clases de ventas y el gusto por el negocio de los accesorios.	El gusto y la sensación que percibe a la hora de preparar los pies	Ya tenía conocimiento sobre el rubro de pastelería y encontró oportunidad de desarrollar más sus conocimientos	Poseía conocimientos para tejer y cocer. La familia y los amigos ayudaron a difundir, tener más reacciones, redes, grupos de comunidad para difusión, cotización de insumos de diferentes lugares, más cosas positivas que negativas.	Influyo porque ella estudio chef en argentina y aparte la presión social porque le hacian pedidos y de ahí fluyo todo, todo fue de casualidad.	Influyo de que le cerraron los restaurantes, las personas, mucha gente le pedía para que tomaran en su casa, decidieron tramitar los permisos, registro sanitario, etc.
Educación/Formación	5. ¿Cuál es su grado de formación académica? ¿Usted cree que su grado de formación influyó en su emprendimiento?	Contadora colegiada y titulada Si influyo en lo técnico (logística y finanzas); solo se necesita buena actitud y muchas ganas de salir adelante	Magister en psicología educativa Su profesión le proporciona herramientas para poder entender los comportamientos de clientes, psicología de masas, contenidos.	Egresada de Derecho Le ayudo en aspectos legales, RUS, formalización, copy, generación de marca, cliente, etc.	Turismo 8vo semestre Ella considera que aprende más de la lectura, la interpretación personal y de la experiencia en la vida que en la universidad Las necesidades la obligaron más que la carrera.	Licenciada en Turismo Considera que su carrera si influye en su emprendimiento, aparte que en la universidad si llevo cursos relacionado a negocios pero básicos, pero va aprendiendo poco a poco.	Egresada de negocios internacionales y coach neurolingüística. Considera que su carrera influyó porque llevo cursos para aplicar en su emprendimiento.	Estudiante del 6to semestre de administración de negocios internacionales. La carrera o el estudio que está haciendo ayuda a su emprendimiento.	Administradora y guía de turismo. Considera que si influye un poco a la hora de manejar el marketing y las finanzas ya que le permite sacar costos.	Ing. Zootecnista Si influyo a través de su carrera por el tema de la textilera además que ayuda en expresarse, hablar con propiedad, tener un respaldo profesional	Es Chef ejecutiva con especial en panadería y pastelería, Sumiller (Catadora de Vinos), Barista, Organización integral de eventos. Influye bastante por el hecho de ser chef y que conoce todo y más sobre el rubro	Licenciada en Turismo con maestría en administración de empresas. Si influyo para entender y gestionar su emprendimiento.
	6. ¿Ud. Piensa que es indispensable contar con educación para emprender?	No es indispensable pero si importante la constante capacitación, estudiar (manejo de redes, fotos, inventarios, etc.)	Para iniciar no es indispensable pero para crecer si lo es, se necesita capacitaciones referidos a fotografía, contabilidad y en general en temas más técnicos del emprendimiento.	No es necesario la educación para emprender, no es indispensable contar con educación pero si tener ganas de capacitarse y aprender importa mucho.	No es indispensable pero si necesario capacitarse eso las empodera, pero para ello tienen que pagar y sentirse empoderada realmente.	Considera que si es necesario tener conocimientos, en todo aspecto como las matemáticas, saber inglés y francés, poseer valores, dar una buena atención siendo amables, atentos, aprendiendo en el día a día y en la vida	Para emprender no se necesita tener educación, uno puede emprender y capacitarse durante el proceso, ella es emprendedora de corazón, va a ventos, congresos, retiros.	Considera que no es muy importante tener educación sino las ganas que le pones	Si, pero no necesariamente tiene que ser universitaria, se podría tomar cursos de finanzas, marketing, respecto a su emprendimiento.	Indispensable no, pero si necesario ya que te da cierto grado de conocimiento y cierta calidad del trabajo que brinda un profesional, es importante capacitarse, asistir a talleres, charlas o reuniones con personas que tienen experiencia en ello.	No necesariamente educación, pero si conocimientos en lo que estás haciendo, tener una base en cuanto a costos, marketing, todo lo relacionado con los productos para cumplir estándares.	Si, uno tiene que ser educada, aparte que uno tiene que ser creativa y esto se va estimulando, uno para emprender tiene que tener bases, constancia o tener estrategia, tener mapeado los números, contabilidad y finanzas y para eso estar capacitada.

Situación Laboral	7. Nos puede comentar la relación que tiene su emprendimiento y su situación laboral, si usted se autoemplea, si tiene un trabajo adicional, los tiempos de dedicación, y otros aspectos relevantes.	No, Trabajo principal su carrera porque ella quiere crecer profesionalmente, el tiempo restante lo dedica a su emprendimiento y el emprendimiento le genera más ingresos que su trabajo, utiliza la hora de almuerzo para responder, promocionar los productos, en las noches ordena las ropas y los fines dedica al delibera y asistir a las ferias.	No tiene relación, su trabajo es independiente y el emprendimiento es a la par; los tiempos de dedicación es importante depende a la forma de manejo ya que se debe tener tiempos objetivos para el trabajo que se hace.	Si, porque le dedica todo el tiempo a su emprendimiento y a su familia, realiza trabajos esporádicos relacionados a su carrera.	Si, pero no quiere que sea un trabajo, ella quiere aprender porque en trabajo le dedica solamente al emprendimiento, eso sí tiene que organizar bien su tiempo para la familia, tiempo libre, y lo más importante cuidarse ella misma.	Si, se dedica a tiempo completo a su emprendimiento, pero esporádicamente a su carrera, sacando fotografías en eventos, conciertos, etc., gana más siendo emprendedora, aparte que no hay trabajo y los sueldos son bajos.	Si, se autoemplea, y esporádicamente da charlas de neurolingüística y servicio de Coach.	Si se autoemplea, se dedica netamente a su emprendimiento, le dedica 8 horas aproximado a la semana, claro que también se dedica a estudiar y también a su hijo y familia	Si se autoemplea, le dedica todo el tiempo a su emprendimiento y tiempo a su familia.	No, porque tiene su negocio en el rubro de su profesión y su emprendimiento le permite libertades de poder gobernar su propia económica, darse gustos, etc.	SI, dedica su tiempo al emprendimiento, es su trabajo, ella vive de su emprendimiento y aparte de ello se dedica a su familia y a su hijo	Tiene un trabajo en sus dos restaurantes, trabajo hace 10 años, Intira nació en tiempos oscuros de pandemia, algo adicional, era el GIN del restaurante "Carpe Diem".
	8. ¿Su emprendimiento se basa en la experiencia de algún trabajo anterior?	No, pero le ayudo que trabajo en ventas de ropa de baby alpaca y está relacionado con el rubro	No tiene nada que ver con la experiencia anterior.	No, pero si le ayudo tener trabajos anteriores como atención al cliente, asistente de marketing.	Si, porque aprendió apoyando a su mamá desde muy niña, ella veía que no lo manejaba planificadamente que ahora ella sí lo hace, aparte que busca apoyar a emprendedoras y empoderarlas. Woman Power nació para hacer y enseñanza mediante conferencias (WORKSHOP) y el tema de las ferias fue fomentada más por las emprendedoras.	No, pero sí tuvo trabajos anteriores que le ayudaron como en atención al cliente, también se vio influenciado por su mamá ya que le gusta la ropa.	Si, ella desde los siete años ella se dedicó a ver la joyas pero lo dejo, aparte que el curso de ventas que tomo y las pruebas que le ponían para vender, en si vendió de todo	No, pero si fue influencia de familia y aparte que le gusta hacer postres, también trabajo en tiendas retail el cual le ayuda en temas de ventas y ser más organizada en sus tiempos con el emprendimiento, estudio y su hijo.	No, pero básicamente es de parte de familia ya que de ellos aprendió a preparar postres, tortas todo a ese rubro y claro que también tomo cursos para mejorar sus conocimientos.	No, porque es parte de algo familiar, ellas aprendieron a tejer de sus abuelas.	No, fue influencia de su familia y hobbies, adicionalmente influyó la carrera que estudio y es relacionado a su rubro de su emprendimiento.	No, nació de algo adicional que ofrecía en sus restaurantes y por la necesidad de los clientes, vio una oportunidad.
Competencias (Conocimientos, habilidades y actitudes)	9. Nos podría comentar los conocimientos que posee para el manejo y gestión de su emprendimiento.	Si; Excel, manejo de redes sociales, inventarios y complementa la formación que tiene para los conocimientos	Conocimientos de marketing y el manejo de redes, le gustaría aprender sobre contabilidad	Conocimientos básicos y fue capacitándose en agricultura y además se ha estado capacitando en marketing, experiencia en áreas por 10 años y los conocimientos básicos de marketing, administración y lo gestiona en base a eso y si le gustaría estudiar más por su emprendimiento.	Considera que no tiene mucho conocimiento para la gestión, pero si lo consiguió mejorar por metida de patas (experiencias) y la lectura de libros que realiza en base a lo nuevo que quiere aprender y reforzar.	Conocimientos básicos de diseño, economía y organización de proyectos, cursos básicos de manejo de negocios de la universidad, así mismo el conocimiento de saber el idioma inglés le ayuda mucho en sus ventas.	Posee conocimientos en marketing, finanzas (cámara de comercio), siempre trataba de capacitarse de acuerdo al reto y lo que le faltaba, aparte que siempre se está capacitando en temas nuevos y que son útiles para su persona y su emprendimiento.	Posee conocimientos más que todo por la carrera, aparte de ello tiene conocimientos de marketing.	Posee conocimientos en preparación de postres, marketing y finanzas.	Técnicas de tejido (por sus abuelas) agujas, crochet, bordado, costuras, además conoce sobre diseños en su rubro y también fueron capacitándose sobre el manejo de su emprendimiento.	Ella posee conocimientos en costos, recetas, diseños de restaurantes en su carrera a parte de ello trabajó con los de MIBANCO en el que le apoyaron con los costos, trabajando con estudiantes de contabilidad en el que aprendió al gestión de un emprendimiento.	Relaciones sociales, temas de marketing y gestión de negocios por la universidad.
	10. ¿Qué habilidades posee para el desarrollo de su emprendimiento?	Actitud al 100, innovación, creatividad, más cuando se desenvuelve en una tienda virtual, autogestión y resiliencia.	Persistencia siempre, resiliencia y adaptabilidad, los considera muy importantes. Posee habilidades creativas para dar a conocer su marca y productos, considera que no tiene habilidad para las ventas.	Creatividad e innovación como principales, trabajo en equipo y resiliencia; empatía y adaptabilidad con los clientes	Considera que posee la resiliencia y creatividad, eso hace que los emprendimientos mueren por no estar enfocados y apachugadores, pierden el foco.	Es bastante creativa e innovadora y piensa que si lo utiliza en su emprendimiento porque nadie muestra lo que ella en sus emprendimientos. Liderazgo, autogestión, adaptabilidad, empatía en ciertos casos.	Las habilidades blandas y valores consideran que es bastante importante la empatía, responsabilidad, considera que es de acuerdo a la etapa que pase el emprendimiento, al inicio resiliencia, cuando crece tu equipo el trabajo en equipo, la comunicación, entonces es de acuerdo a la necesidad del emprendimiento.	Considera que la comunicación es bastante importante con los clientes, porque sus productos es exclusivo y tiene otros insumos diferentes al mercado, Es comunicativa, resiliente y adaptable.	Asertividad, paciencia (el negocio no siempre es recibir sino que también es variable y saber dedicarle) y tener mucha organización del tiempo según a la temporada y pedidos para eventos que se generan.	El tejido lo hacen en menos tiempo (rapidez), sociable, empática, creativas, trabajo en equipo (distribución de carga laboral)	Lo básico es la comunicación y no tener vergüenza, si no podrás vender tu producto, si no lo comunicas no te conocen.	Constancia y terquedad en modo positivo con lo que quieres, rodearte de personas que tengan visiones y se pongan la camiseta, competitivas, resiliencia, no es fácil emprender, es competitivo.
	11. Cuáles son las actitudes que posee como emprendedora, cuan importantes considera que son y por qué.	Es una persona positiva, creativa y muy adaptable a las necesidades de sus clientes; considera importante ya que fomenta el crecimiento de su comunidad.	Flexible y visionaria, se tiene que saber ponerse metas a lo que quieres lograr y flexible para que te adaptes a las políticas y necesidades del público.	Positiva, flexible empática y ecologista lo fundamental y sobre todo ser empático con el medio ambiente.	Se considera que es una persona activa y visionaria. Ella es activa porque esta de aquí para allá, ver que cosas más hacer en su negocio y hay que hacerlo, siempre estar en movimiento para mejorar su emprendimiento siempre pisando tierra.	Positiva, visionaria, flexible, y respetuosa, lo más importante ser consecuente.	Mucha actitud positiva, empatía, busca soluciones a los problemas, considera que es parte de la madurez de una persona, es una etapa que se supera, llevo un curso de resolución de conflictos. Filosofía: Darle opciones a los clientes externos e internos.	Mas se va por transmitir a las emociones, quiere llegar a las emociones de las personas y regalarles una bonita experiencia, considera que su producto transmite calidad.	Resiliente, aprende rápido, adaptable, creativa y puede volver a empezar si pasa algo.	Una persona que es feliz con lo que hace va a buscar que otras personas sean felices, trabajar en base actividad, metas, colaboración y una buena vibra. activa, sin envidias y muy colaborativa.	Perseverante, constante y disciplinada, de acuerdo con ello va a ir surgiendo lo demás.	Positiva muchas veces, visionaria y la parte racional, tener sueños, ser racional, ver tu dinero y capital y si te genera ingresos.

Categoría 2: Factores Internos

Categoría	Preguntas	Emprendimiento 1	Emprendimiento 2	Emprendimiento 3	Emprendimiento 4	Emprendimiento 5	Emprendimiento 6	Emprendimiento 7	Emprendimiento 8	Emprendimiento 9	Emprendimiento 10	Emprendimiento 11	
Preguntas generales para iniciar	1. ¿Cuánto tiempo tiene su emprendimiento en el mercado?	7 años pero 3 años como marca	5 años	4 AÑOS	6 años	3 años y medio	7 años	4 años y 3 años como marca	4 años	5 años	8 años	6 años	
	2. ¿Cuál es el rubro de su emprendimiento?	ROPA	MODA Y ROPA	PRODUCTOS ORGANICOS	EVENTOS DIRIGIDO A LA COMUNIDAD WOMAN POWER	ROPA VINTAGE	Accesorios	Repostería	Repostería	Artesanías y manualidad	Pastelería Artesanal	Producción de licores y bebidas	
	3. ¿Su emprendimiento está formalizado?	No esta formalizado pero si está en su planes a fines del 2023	No esta formalizado por los impuestos, aparte que los ingresos no son estables, contar con una contadora genera egresos	Si esta formalizado, hace 2 años	Si esta formalizado, hace 2 años	Si hace un año SAC/ 6 meses como RUS	No esta formalizado pero le gustaría cuando ya esté bien consolidado	Si, como persona natural con negocio	Si, como persona natural con negocio	Si, RUS como persona natural con negocio	Si, RUS como persona natural con negocio	Si, como persona natural con negocio	Formal, RUC
	4. ¿Cuál es la percepción que usted tiene del manejo y gestión de su emprendimiento?	Percebe que si hay una buena gestión y está organizado, es por ello que ella quisiera delegar el área de marketing ya que gracias a eso se mantuvo en el tiempo.	El manejo de las áreas las finanzas	Los primeros meses se trataba de llevar de la mejor manera y a lo largo iba creciendo, fue capacitándose y adquiriendo conocimiento de cursos y emprendedoras y su experiencia, indica que la falta gestorar de mejor manera las redes sociales.	Siempre se puede mejorar (financiamiento) además piensa que si hizo una buena gestión. Primero creo MAMA EMPRENDE por lo que le limitaba y escogió a chicas con quienes podía trabajar y así crear la comunidad Woman Power. Está en constante innovación y formas de generar ingresos	El manejo que tiene es bueno pero siempre piensa que le falta mejorar muchas cosas, desde que empezó a la fecha si creció bastante respecto a las ventas, en la gestión del comunista manager y procesos.	Considera que ha sido muy resiliente, ha sabido superar cada problema e hizo crecer a la marca, ayudo en tener más ingresos económicos, siempre estuvo preparándose para hacer crecer su emprendimiento.	lo ve intermedio, porque piensa que si tal vez le daría al 100 estaría mejor su emprendimiento.	Lo ve bien pero le gustaría mejorar en algunos aspectos ya que es ella sola a veces le cuesta organizar sus tiempos por ser mamá, le gustaría implementar de mejor manera el marketing.	Está bien, porque ven que están haciendo un trabajo adecuado, se distribuyen las actividades de marketing, operaciones, redes sociales, contactos.	Lo ve bien, pero considera que podría mejorar. La idea es que crezca pero no hay personal o quizá ella es muy acelerada.	Considera que si está haciendo un buen trabajo, hay buen equipo pero le falta mucho, abre caminos donde fuese y en los lugares del mundo y hay un buen potencial en su productos, hay una buena gestión porque ganaron premios en temas de tragos donde compitieron más de 500 marcas del mundo, ganaron el oro, tres premios, Inglaterra dos, san francisco uno.	
Administración	1. Según su opinión, como realiza la administración y planificación de estrategias en su emprendimiento?	Lo realiza en base a las tendencias de ropa de mujeres porque ve que es una necesidad del mercado, ella se encarga de todas las tareas. Si establece metas con respecto a su mercado mediante ferias y luego establecerse en una tienda física dentro de dos años en el Cusco. Considera necesario establecer metas porque hace que trabaje en base a sus objetivos y no esté a la deriva. Cuenta con misión y visión pero estas no están redactadas y en consecuencia no están difundidas.	La administración lo realiza en base a tendencias y el valor agregado de la marca, en fomentar la marca nacional y local. Misión y visión: Si tiene, pero esta no está redactada, al igual que las metas. Objetivos: De acuerdo a tendencias, en como subir las ventas, y contenido en redes y ser constante.	La administración lo lleva de manera adecuada y de acuerdo a las necesidades de producción y derivados de la miel, entre otros productos. Se han ido adaptando a las necesidades del mercado y los espacios para los productos. Su planeación estratégica esta de forma empírica porque su misión, visión y objetivos no se encuentran redactados en un documento oficial, en cuanto a los objetivos ella solo emplea su agenda para tenerlas ordenadas y a la mano. Misión: Mostrar y vender una marca de producto orgánico, buscando visión y objetivos no están redactados, quiere mejorar en lo tecnológico (tener una WEB) y poder hacer dos ferias al mes, ella maneja una agenda que siempre lo tiene a la mano, registra sus check list y es prospectiva Woman Power posee una misión y visión que no están difundidos, están en su agenda, si posee objetivos, más con temas de marketing porque ya cuenta con una grilla de publicaciones, vender más si o si, en feria ya está bastante automatizado, cuentan con políticas y reglas bien establecidas, considera que es bastante importante, aún falta por mejorar Cassa Power.	Ella realiza la administración, la planificación siempre lo hace con meses de anticipación, en cuestión de marketing tres meses de anticipación, actividades de programación un año antes. Considera que si está bien administrado, quiere mejorar en lo tecnológico (tener una WEB) y poder hacer dos ferias al mes, ella maneja una agenda que siempre lo tiene a la mano, registra sus check list y es prospectiva. Misión: Si, pero no está difundido, difundir y vender ropa vintage cuidando el medio ambiente. Visión: Si pero no está difundido, ser una marca reconocida y contar con una tienda y estar presente en más tiendas multimarca. Objetivos, si cuenta con objetivos en base a ferias o temporadas.	Realiza el trabajo de administración de su emprendimiento, con respecto a la planificación si cuenta con una Misión, Visión y objetivos, pero no lo tiene difundido aun Misión: Si, pero no está difundido, difundir y vender ropa vintage. Visión: Si pero no está difundido, ser una marca reconocida y contar con una tienda y estar presente en más tiendas multimarca. Objetivos, si cuenta con objetivos en base a ferias o temporadas.	Ella realiza la administración de su emprendimiento con apoyo del personal de marketing, establece tareas, lo delega y tiene objetivos a corto plazo, realiza reuniones con las personas de las distintas áreas. Misión y visión, si tiene, Misión: Llegar a ser reconocida en la ciudad del Cusco Visión: Ser una empresa reconocida en el país Objetivos: Se plantea objetivos mensuales y varía de acuerdo a la demanda de los clientes, fechas.	Ella realiza la administración y organización de su emprendimiento Cuenta con una misión y visión que están redactados en su cuaderno personal (agenda), y posee objetivos. Misión: Llegar a ser reconocida en la ciudad del Cusco Visión: Ser una empresa reconocida en el país Objetivos: Se plantea objetivos mensuales y varía de acuerdo a la demanda de los clientes, fechas.	Ella se organiza en base a los pedidos que recibe además que posee una agenda y cronograma para la realización de los productos. Cuenta con una misión y visión pero no están redactados, pero ella sabe lo que quiere y a dónde quiere llegar. Si tiene objetivos a corto plazo con respecto a las ventas y a largo plazo le gustaría abrir una tienda (no es suficiente las redes en caso de comestible no solo hasta con vender por ahí sino que se necesita que las personas prueben sus productos.	Se organizan en base a tiempos, de elaboración, videos, entregas y agendado de pedidos a través de la tienda física, manejo de cronogramas. Si tienen visión y misión mentalmente, basado a lo ofrecen siempre en cada producto. Los objetivos lo organizan en base a pedidos y darse a conocer por redes, además que eso les ha ayudado a seguir en el mercado.	Considera que, si lo realiza bien, calcula los tiempos, pero el marketing es su punto débil por ser perfeccionista, si posee misión (regalar momentos felices), visión y objetivos que están redactados gracias a un curso de MIBANCO con estudiantes de contabilidad. Objetivos: Se plantea objetivos por campaña y fechas importantes de eventos como día de la madre, bautizos, navidad, etc. (Mayo, agosto, octubre, diciembre)	Si cuentan con una misión, visión y objetivos a corto, mediano y largo plazo y están redactados, poder llegar al mercado local y nacional, que reconozcan la calidad de un gin, así mismo tra a mercados internacionales. Emplea la estrategia de calidad y exclusividad, hay potencial en su producto.	
	2. ¿Nos podría comentar qué aspectos considera relevantes para tener una buena administración de su emprendimiento?	Ella considera que su emprendimiento es productivo porque le ayuda en lo personal y aparte de tener potencial, es un ingreso muy importante aparte de su trabajo	El valor agregado que ella vende es el estilo, calidad y buen manejo de las áreas para ser productivo con este.	Mucha organización y distribución del tiempo tanto para el emprendimiento como para su familia.	Siempre se organiza meses antes y piensa para lavar las prendas y dando un buen servicio al cliente puedes ser más productiva	Piensa que midiendo los tiempos, midiendo lo que se vende, lavando las prendas y dando un buen servicio al cliente puedes ser más productiva	Dentro de la administración es importante delegar y evitar generar stock para la producción y por ende las ventas ya que el internet no abarca todo.	Organizándose en base a lo que vas a hacer, es difícil ser mamá y emprendedora	Ella sabe que si tendría un local físico de todos sus productos aumentaría la producción y por ende las ventas ya que el internet no abarca todo.	Siempre están buscando que hacer, si no tienen pedidos pendientes, invierten el tiempo en generar stock para la tienda multimarca, siempre están aprovechando el tiempo al máximo.	Si tuviera más tiempo sería más productiva, dedica tiempo a su familia y a su emprendimiento	Delegando funciones y separar lo familiar del negocio, siendo realistas. Aparte cree que su producto tiene un potencial por explotar	
Marketing	1. ¿Cuán importante considera que es el marketing y como lo emplea en su emprendimiento?	Considera que es un factor muy importante porque es una tienda virtual, hace unos meses empezó a delegar el tema de marketing a un profesional, fotos, edición, redes sociales PLAZA: tienda virtual, espacio en una tienda multimarca, ferias una vez al mes, considera que el punto de venta físico tiene que ser decorado y llamativo que invite a las personas. Las ferias constituyen un punto importante para	No maneja programas de edición, quisiera mejorar, realiza pagos por publicidad en redes. No recomienda a nadie hacer todas las tareas, más en temas de marketing ya que se requiere un profesional, considera que un buen marketing tendrá muy buenas ventas. PLAZA: Puntos de venta por redes sociales, punto de venta físico solo en la tienda multimarca, posicionamiento	Considera que si es importante para las tendencias o momento, considera importante ya que le permite comunicar y llegar a personas además que diseñará concretar la página web de ferias. REDES: TIK TOK, FB, THREEDS, IG, WSTP PLAZA: puntos de venta en Cassa Power, redes y en las ferias. Además considera que el lugar de venta constituye un punto de venta importante, ella realiza la evaluación del lugar importa mucho la decoración y de acuerdo al público, el color debe adecuarse SEGMENTO: Mujeres	Lo realiza de acuerdo a las tendencias o momento, considera importante ya que le permite comunicar y llegar a personas además que diseñará concretar la página web de ferias. REDES: TIK TOK, FB, THREEDS, IG, WSTP PLAZA: puntos de venta en Cassa Power, redes y en las ferias. Además considera que el lugar de venta constituye un punto de venta importante, ella realiza la evaluación del lugar importa mucho la decoración y de acuerdo al público, el color debe adecuarse SEGMENTO: Mujeres	Considera que es importante porque te permite llegar a los clientes, que poseer un logo diferente al mercado y llamativo, emplea la aplicación Pionmonkey para elaboración de publicidad, le ayudó mucho el curso de diseño y que sea fotografía, trabaja mucho en sus redes. PLAZA: Realiza sus ventas en ferias y en una tienda multimarca, así mismo vende mediante redes, está en Facebook.	Considera que tiene muchas partes, community manager, diseñador, editor, estratega es lo que necesita, es muy amplio el área, ella hacía ese trabajo, siempre conto con un editor y el community manager da a conocer tu marca a muchas personas, sin el marketing se no hubiera llegado donde está, siempre supo adaptarse y superar dificultades. PLAZA: Tuvó varias tiendas, pero actualmente	Es un factor importante porque por ahí da a conocer el producto final, tiene que ser publicidad llamativa y ya en las ferias complementa para que vayan a probar y conocer más variedad de sus productos. Si emplea el marketing en su emprendimiento, más que todo en redes sociales haciendo reels, historias, reuniones y la presentación del producto y lo visual es lo que atrae. PLAZA: Realiza ventas físicas en ferias y en la	Si es importante pero para este caso no mucho o lo complementa necesariamente, es decir su marketing lo hace en físico y con la calidad de productos que da, si le gustaría mejorar ese aspecto pero necesitaría de una persona que sabe de ese tema por ese caso no usa la plataforma de TikTok. Emplea el marketing mediante fotos en Facebook, Instagram, WhatsApp Bussines, además que se mandó a	Es vital y necesario que las emprendedoras manejen redes y aplicaciones para la edición de fotos, programas más en estos tiempos que todo se mueve en redes. Ellas trabajan en redes, les gusta trabajar a través de Rurany y sus alianzas PLAZAS. redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest, YouTube, WhatsApp Bussines; además físicamente en ferias y tienda multimarca. SEGMENTO DE MERCADO. Productos para bebés y niños. PRODUCTOS. Ajuarés, Cositas para bebes, mantas, gorros,	Considera que flaquea en ese punto por disponibilidad de tiempo (por su familia y tratar de ser perfeccionista) pero si está presente en redes, por otra parte considera que es importante el marketing directo o boca a boca, aparte que en su producto incluye lo exclusivo para el cliente. PLAZA: Participaba en ferias anteriormente, ahora hace decoraciones para eventos cuando lo contratan, asimismo realiza ventas y pedidos mediante redes. Tiene pedidos de otros lugares para personas que viven en Cusco.	Considera importante ya que se hace visible a más personas da a conocer la calidad, presentación y sobre el emprendimiento. La gestión del marketing lo realiza ella, trabajan con una empresa de marketing y ventas. PLAZA: Supermercados Orión, tienda Cassa Power, restaurantes del centro del Cusco y Lima (En lima tiene más ventas) y en restaurantes gourmet de las 50 Best ciudades del mundo REDES: Esta en Facebook, Instagram, TikTok y página web en construcción. Mediante el Instagram tiene más llegada al cliente, incluso internacional.	

	<p>ganar clientes Realizan una planificación en marketing con su personal para cada actividad de la marca SEGMENTACIÓN: 15-35 años. PRECIO: Hay mucha competencia con respecto a los precios, considera que por el lugar la competencia abusa de los precios, sus productos si tienen margen de ganancia, ofrece productos de todo precio y para todos los bolsillos PROMOCION: Realizan promociones, descuentos, sorteos (gancho sorpresa). PRODUCTO: ropa para señoritas Implementación de tarjetas y bolsas de la marca.</p>	<p>después de la pandemia y huelga con el uso de redes sociales, la huelga le afectó más que la pandemia y dejó un poco el clima SEGMENTACIÓN: 15-35 años. PRECIO: Hay mucha competencia con respecto a los precios, considera que por el lugar la competencia abusa de los precios, sus productos si tienen margen de ganancia, ofrece productos de todo precio y para todos los bolsillos PROMOCION: Realizan promociones, descuentos, sorteos (gancho sorpresa). PRODUCTO: ropa para señoritas Implementación de tarjetas y bolsas de la marca.</p>	<p>18 años y está para la clase A, B por la calidad y exclusividad de su producto, pero si hay en varias presentaciones y alcance del bolsillo de todos. PRECIO: Considera que su precio es competitivo y promedio, está en base a los costos y el mercado, varían de acuerdo a la ciudad (en Lima cuesta más), estos si retribuyen los costos y egresos y tiene margen de utilidad, quisiera aumentar pero no hay rotación y es más complicado vender. Los más mayoristas son más detallistas y se fijan en todo. PRECIO: Considera que sus precios son competitivos, están acorde a los costos y el producto sea orgánico, tienen una presentación con marca, envases reciclables y amigables, los productos que ofrece son la algarobina, miel y sus derivados, granola, café, derivados de cacao, aceite de coco, aceite de oliva, piedras de alumbre, otros.</p>	<p>emprendedoras de 21 años a 45 años. La emprendedora tiene conocimientos en marketing, el tema de los colores PRECIO: El precio que se maneja en Woman Power están acorde al mercado PROMOCION: Ella no realiza descuentos ni ofertas, en las ferias si las emprendedoras realizan promociones, descuentos y ofertas. PRODUCTO: el producto fue de acuerdo a la necesidad de las emprendedoras y que querían un punto de venta físico para vender, vieron una necesidad e hicieron negocio.</p>	<p>Instagram, WhatsApp y se va perfilando para TikTok, vende más por Instagram, ferias y en la tienda multimarca. SEGMENTO: Dirigido al nicho de mercado de 15 a 60 años. PRECIOS: Lo define en base a los costos. PROMOCION: Si realiza promociones, regala para las clientas, pines, descuentos para clientas, 2x1 en prendas de colecciones pasadas, sesiones de fotos con modelos con las prendas de la marca. PRODUCTO: En base al gusto y calidad de los clientes, incluye bolsitas y las tarjetas para difundir su marca, la moda vintage es sostenible y amigable con el planeta.</p>	<p>con un solo punto de venta, digitalmente se puede llegar mejor y aprovecha la ubicación de la ciudad del Cusco. VENTAS: 40% CUSCO, 20% EN LIMA, 20% en los demás departamentos de Perú. REDES: Esta en Facebook, Instagram, WhatsApp e iniciando en TikTok, considera que hay más aflicencia en Instagram. PRECIO: Se determina de acuerdo a los costos, más no en el mercado, se diferencia por la calidad que tiene su producto final. PROMOCIONES: Si realiza descuentos en base a las fechas conmemorativas. PRODUCTO: Su producto es exclusivo y de buena calidad. PRECIO: Lo determina en base a los costos que le cuesta producir, hasta hace un año eran precios de acuerdo al mercado, pero el último año aumentó un 30 por ciento más, tienen clientes más selectivos. PROMOCION: Si realiza estrategias de promoción, jueves de descuento en donde vende los productos que no tienen muchas rotación, lives los domingos</p>	<p>tienda multimarca Woman Power, aparte de ello atiende pedidos mediante sus redes. SEGMENTACIÓN: Es de 18 años a 35, más adelante ya los clientes son menos. REDES: Esta en Facebook, Instagram, WhatsApp e iniciando en TikTok, considera que hay más aflicencia en Instagram. PRECIO: Se determina de acuerdo a los costos, más no en el mercado, se diferencia por la calidad que tiene su producto final. PROMOCIONES: Si realiza descuentos en base a las fechas conmemorativas. PRODUCTO: Su producto es exclusivo y de buena calidad. PRECIO: Lo determina en base a los costos que le cuesta producir, hasta hace un año eran precios de acuerdo al mercado, pero el último año aumentó un 30 por ciento más, tienen clientes más selectivos. PROMOCION: Si realiza estrategias de promoción, jueves de descuento en donde vende los productos que no tienen muchas rotación, lives los domingos</p>	<p>hacer tarjetas para los contactos y pedidos, PLAZA, en puntos físicos como las ferias y solo las galletas en casa power de forma continua. El lugar si es un factor importante ya que ahí pueden probar los sabores y la calidad del producto mediante eso se hace conocida y ya saben cómo son los productos finales. Le gustaría tener más publicidad para las tortas temáticas ya que eso se hace a pedido. SEGMENTACIÓN. En Facebook de 25 a 60 años - Instagram de 18-35 años PRECIO lo define en base al cuadro de costos (Excel) y a las horas que le dedica a preparar, el precio es competitivo con el mercado de su competencia. PROMOCION: internet y ferias lo hizo y ha hecho conocido mediante Facebook y WhatsApp, en temporadas de Halloween, navidad ofrece publicidad a temática, no hace descuentos ya que el precio es económico y cobra lo que corresponde. PRODUCTO. Postres, Tortas temáticas, galletas, Cupcakes.</p>	<p>bufandas, amigurumis. PRECIO. Lo definen en base a los costos de material, mano de obra, ganancia, imprevistos, cajistas, stickers, presentación, precios sujetos sus costos y referencia precios del mercado. PROMOCIÓN. Si realiza descuentos cuando son productos que están tiempo en stock, no hace datos para pedidos.</p>	<p>REDES SOCIALES: Esta en TikTok, Instagram, Facebook, y WhatsApp. SEGMENTO DE MERCADO: A la gente loca, trabaja con mamá, porque ellas gastan más en los hijos y aparte que ellas quieren que sus eventos se vean bonitos. PRECIO: Esta basado en los costos, al inicio si estaba basado en precios de la competencia. PROMOCIONES: Realiza muy pocas promociones o ve la necesidad de estas, la idea de su emprendimiento es la calidad, confía en los procesos y los estándares de calidad. PRODUCTO: Considera que su producto es de calidad y exclusivo que cumplen con estándares de calidad, packaging eco amigables, insumos sin muchos químicos. DISTRIBUCION: Cita a los clientes a su taller para que vengán a recoger. En caso de eventos ella y su decoradora, lleva las tortas y decora.</p>	<p>SEGMENTO: De 28 a 60 años de poder adquisitivo medio y alto pero últimamente van insertando a más jóvenes, personas que les gusta beber bien sin estar resacaados que valoran el aroma y frescura, observa que tiene un público más masculino. PRECIO: Lo establece en base a los costos y precios del mercado, de acuerdo a los principales competidores de la misma calidad. PRODUCTO: De calidad con aromas que se dirigen a un sector exclusivo. PROMOCION: Realiza eventos de degustación en restaurantes de Cusco y en algunos del mundo.</p>
<p>Operaciones</p>	<p>1. Cuéntenos, cómo realiza la gestión de las operaciones en su emprendimiento, teniendo en cuenta que esta incluye la producción, calidad, almacenamiento y transporte.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA. Cuenta con un cuarto como almacén, cuenta con maniqués, adornos para la decoración, racks, mesitas, piso Grass, etc. PRODUCCION. Comercialización CALIDAD. Ella misma verifica y revisa los productos en un inicio, considera que es muy importante al momento de vender PROVEEDORES. Trae ropa de Lima ya cuenta con proveedores según ella misma fue a Lima a conseguir e indagar los productos que quieren vender. ALMACEN E INVENTARIOS. No está organizado por tipo de producto pero ahora si tiene, un espacio pequeño neto de prendas, ella si realiza inventarios para tener un control y organización, sea para llevar a la tienda o vender. DISTRIBUCION. En pandemia contaba con dos personas de delivery, ahora ella misma se encarga de hacer entrega a parceros cercanos.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA. Ella inicio en su cocina, pero ahora ya cuenta con su propio taller aunque sigue siendo artesanal pero están en camino a automatizar más, ya cuenta con máquinas y equipos de envasado, pasteurizador, congeladora, y que si le ayudaron a reducir costos. PRODUCCION. Comercialización CALIDAD. Ella misma verifica las prendas y mejor si son prendas de algodón peruano PROVEEDORES. Busca proveedores con prendas de calidad, de productos peruanos, ella misma fue a Lima a conseguir e indagar los productos que quieren vender. ALMACEN E INVENTARIOS. No está organizado por tipo de producto pero ahora si tiene, un espacio pequeño neto de prendas, ella si realiza inventarios para tener un control y organización, sea para llevar a la tienda o vender. DISTRIBUCION. En pandemia contaba con dos personas de delivery, ahora ella misma se encarga de hacer entrega a parceros cercanos.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA. Cuenta con un taller y que también sirve como almacén, cuenta con lavadora, plancha y la máquina para lavar y remover. PRODUCCION: Comercialización, pero si incluye procesos de lavado y arreglos de prenda. CALIDAD: Considera que la ropa vintage si tiene buena calidad, aparte del valor que ella le agrega. ALMACEN E INVENTARIOS: Cuenta con un almacén en su taller, si realiza el control de inventarios de prendas listas para vender, ello en Excel PROCESOS: Compra y selección de prendas, lavado, vaporizado, planchado, inventariado y etiquetado. DISTRIBUCION Y TRANSPORTE: Ella hace delivery gratis pero prefiere que vayan a la tienda porque hay más posibilidad de que compren más prendas.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA: Alquila un espacio en un tienda multimarca, y tiene como almacén un cuarto de su casa. PRODUCCION. Organización de ferias (comunidad) CALIDAD. Abierta a sugerencias por parte de las emprendedoras, en si las emprendedoras son las que deciden ahí mediante el feedback, es por eso que se llama comunidad. PROVEEDORES. De Lima generalmente ALMACEN E INVENTARIOS. Si posee almacén neto para la producción de ferias donde guarda publicidad física, carpas, herramientas de armado, etc. Así como también realiza un control de inventarios. Utiliza el Excel para registro de emprendedoras, gestión de la venta de ferias actualizadas diariamente.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA: Cuenta con un taller en donde fabrica, en ahí se realiza el trabajo de producción. CALIDAD: Si realiza un control desde la adquisición de insumos, ella ya cuenta con proveedores confiables, así como también de productos finales. PROCESOS: Tiene una persona responsable que se registra los pedidos, otra persona la fabrica, ella compra el equipo de la casa y de ahí lo distribuye. ALMACEN E INVENTARIOS: En temas de joyería es complicado porque hay piezas muy pequeñas, si compra para el equipo de productos finales sistematizado en EXCEL MADRE Y están por códigos para facilitar la identificación, cuenta con cámaras para tener un mejor control, cuenta con un registro de ventas en un Excel madre, ella adquirió porque está más organizado. DISTRIBUCION: En la ciudad del Cusco trabaja con Pedidos Ya, cuenta</p>	<p>INFRAESTRUCTURA: Lo realiza en su casa, si cuenta con equipos como horno eléctrico, batidora con pedestal, procesador, licuadora, etc. PRODUCCION: Depende del día que tiene que producir y pedidos de los clientes ya que ella sola no prepara equipo de la casa. CALIDAD: Ella es quien se encarga de que los productos sean de calidad, aparte que ella misma compra los insumos y los personaliza. ALMACEN E INVENTARIOS: Tiene el control de inventario de insumos en un Excel, más no de productos finales ya que trabaja en base a pedidos. DISTRIBUCION: Lo realiza ella misma de acuerdo al tiempo libre que tiene según horarios de su familia y universidad.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA: Cuenta con un taller en casa separado de su cocina, máquinas e insumos del emprendimiento mismo PRODUCCION: Elaboración de postres y tortas temáticas en base a pedidos. CALIDAD: Infiuye bastante ya que ella se enfoca en que le guste al cliente porque invitara a que compran otra vez y no le guste, los insumos que compra para el producto de elaboración son de calidad y siempre que ofrece un producto ella primero hace una prueba. ALMACEN E INVENTARIOS: Lo realiza en su taller neto del emprendimiento y hace registro de consumo de insumos en Excel. DISTRIBUCION: Si ofrece pero a veces no renta ya que solo pagan el costo de taxi más no del tiempo, otro aspecto es cuando desean delivery ella misma debe llevar para tener cuidado y control sobre el producto para que llegue en perfectas condiciones.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA: Poseen un espacio para toda la materia prima del emprendimiento y elaboración de productos. PRODUCCION. Elaboración de prendas, mantitas para bebés. Reciben pedidos y en base a eso se hace compra de materiales y se distribuye en base al tiempo disponible de ambas para la producción de los productos y al final la toma de foto antes de entregar el producto final y la entrega correspondiente. ALMACEN E INVENTARIOS. Organizado en un espacio físico y todo se maneja en base a un código, generalmente para la tienda y ferias por el stock de productos todo lo realiza en Excel. DISTRIBUCION: Ellas mismas se encargan de la entrega. PROVEEDORES. De la ciudad de Cusco y Lima en base a los insumos que no encuentra aquí en la ciudad.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA: Cuenta con un taller grande, cuenta con equipos para horneado, batidoras, etc. CALIDAD: Ella es consciente de la calidad por los insumos que utiliza, aparte que ella estudia su emprendimiento como carrera CALIDAD: Infiuye bastante ya que ella se enfoca en que le guste al cliente porque invitara a que compran otra vez y no le guste, los insumos que compra para el producto de elaboración son de calidad y siempre que ofrece un producto ella primero hace una prueba. ALMACEN E INVENTARIOS: Cuenta con un almacén de insumos, ingredientes y temas de decoración de acuerdo a los pedidos de clientes, ella misma se encarga de refrigeración, empaquetado y entrega. ALMACEN E INVENTARIOS: Cuenta con un almacén de insumos, ingredientes y temas de decoración de acuerdo a los pedidos de clientes, ella misma se encarga de refrigeración, empaquetado y entrega. ALMACEN E INVENTARIOS: Cuenta con un almacén de insumos, ingredientes y temas de decoración de acuerdo a los pedidos de clientes, ella misma se encarga de refrigeración, empaquetado y entrega. ALMACEN E INVENTARIOS: Cuenta con un almacén de insumos, ingredientes y temas de decoración de acuerdo a los pedidos de clientes, ella misma se encarga de refrigeración, empaquetado y entrega.</p>	<p>INFRAESTRUCTURA: Cuenta con una planta en Huaran, equipos y máquinas para el destilado. CALIDAD: Realizan control de calidad en los insumos, en si en todos los procesos, son de calidad por lo que implica un precio alto. PRODUCCION: Insumos y materia prima (algunos importados), destilado y transporte de almacenamiento y macerado en barras durante seis meses, embotellado, etiquetado y distribución. ALMACEN E INVENTARIOS: La parte logística y almacenamiento lo hacen en Cusco, la gestión lo hacen en el Excel, si hay un buen control de almacenes, rotación de productos. DISTRIBUCION: Lo hace mediante envíos a los distintos puntos de venta y restaurantes. PROVEEDORES: Son personas de la localidad de Yantalle, Calca, Yucay y la Convención (frutas), importan eñebro de Italia, envases de China. Los proveedores locales reciben apoyo para formalizarse y trabajar con sus empresas más constantemente.</p>

		inventarios ya que le permite tener todo registrado DISTRIBUCIÓN. Delivery gratis, entrega en paradero más cercano y envíos fuera de la ciudad, más al sur		adecuada (mandil, guantes, desinfectantes, insumos desinfectantes orgánicos sin químicos para evitar una mala manipulación)		con 60 distribuidoras en el país, también está en otros países como Colombia, España, EEUU.						
	1. ¿Nos podría comentar con que capital inició y cómo está conformado actualmente? ¿Cómo asume los riesgos financieros?	CAPITAL: Fue por una devolución de un dinero por un viaje no realizado, 1000 soles de capital. FINANCIAMIENTO: de entidades financieras (cajas Cusco) para temporadas fuertes, y si considera que las tasas son accesibles y justifico el crédito con su cuaderno. COSTOS: Personal de marketing mensual actualmente, saca un sueldo, y la reinversión en mercadería, alquiler, pasajes. UTILIDADES: Al inicio valorizado en 7000 soles de acuerdo a periodo, primer trimestre 2000 soles y en el segundo trimestre no menos de 3000 soles, actualmente considera que su emprendimiento está valorizado en 7000 soles aproximadamente. RIESGO: Cuenta con riesgos de no vender o no cubrir los costos, cuenta con un colchoncito de capital (de su trabajo)	CAPITAL: Comenzó con 800 soles FINANCIAMIENTO: no accedió a financiamiento, indica que se debe solicitar cuando se sabe que va a vender o el negocio sea estable y este impulse al stock para las ventas. UTILIDADES: 500 a 1000 soles mensuales, el panorama recién se está reactivando como tal en la ciudad del casco, hay previsiones para el aumento en ventas. COSTOS: Compra de mercadería, alquiler de espacio en la tienda, mano de obra, etc.	CAPITAL: Su sueldo y devolución de la AFP. FINANCIAMIENTO: Si accedieron a financiamiento para adquirir algunas maquinas, así como también reinvierten las utilidades en su producción y costos. Considera que es importante tener siempre un fondo para contingencias o cualquier situación negativa. INGRESOS: Lo ingresos promedio son de 7500 mensuales aproximadamente. COSTOS: Cuidado de abejas, personal, transporte, envases, etiqueta, equipo, servicios.	CAPITAL: ferias 500 soles pero ya aproximado actualmente 50000 soles y en la tienda 15000 y ahora está en 60000. FINANCIAMIENTO: Hizo créditos pero no de entidades financieras, si no fue de una persona cercana, no tenía historial en las entidades financieras, pero luego decidió sacar créditos empezando desde lo más chiquito, porque los intereses de las personas tienen intereses caros. UTILIDADES: En ferias si hay utilidades como también se incurre en mucho esfuerzo, en caso de la tienda aún no hay utilidades por lo que las ferias cubren. Cuando iniciaron con las ferias los dos primeros años no hubo ingresos, ya en el tercer año si hubo, eso mismo se piensa de la tienda, que de un periodo en adelante habrá ingresos. COSTOS: Ferias 4500 no baja de eso, en la tienda no baja de 6500 soles, es un costo fijo incluyendo el alquiler, personal, luz agua, internet, publicidad, insumos. RIESGO: considera que siempre hay riesgo pero sabe aprovechar al máximo las oportunidades que aparezcan, siempre hay que tener un colchoncito o capital para contingencias.	CAPITAL: Ella inicio con una docena de camisas valorizado en 50 y 100 soles, con el tiempo fue creciendo más, ya perdió la cuenta, actualmente considera que esta valorizado en unos 15 mil soles. FINANCIAMIENTO: Si se prestó dinero pero no de una entidad financiera, fue para invertir en ferias. UTILIDADES: Si tiene utilidades, gana más cuando emprendedora que trabajando. COSTOS: Prendas, diseño de redes, mano de obra, calidad de tela, insumos, servicios, alquileres de tienda multimarca, transporte para ferias.	CAPITAL: Inicio con 20 soles para comprar, ella tiene la cultura de ahorro drástico. Actualmente aproximadamente estará valorizado en unos 300 mil soles e inventarios, marca, productos finales, etc. FINANCIAMIENTO: Nunca adquirió un crédito COSTOS: Materia prima (10 mil soles mensuales aproximadamente), personal de marketing, ventas, contabilidad, taller, alquiler de tienda, servicios, etc. INGRESOS: Declara 8000 soles, cuenta con otros ingresos y diversifica, da talleres de bisutería, vende insumos.	CAPITAL: Inicio con 60 a 70 soles aproximadamente, ya que tenía insumos y algunos moldes en casa, actualmente considera que está valorizado en unos 8 a 10 mil soles. FINANCIAMIENTO: Si accedió a préstamo para el emprendimiento teniendo como base la producción e ingresos y la capacidad de pago; juega mucho el historial crediticio que tengas, las tasas son relativamente bajas. COSTOS: Insumos (galletas, mantecquilla, huevo, frutas, leche y entre otros), mano de obra, servicios como electricidad, agua, gas. COSTOS: En insumos y la mano de obra, si realiza control (Excel) y costos para la producción de productos	CAPITAL: Inicio con un batidora y horno de su mamá, molde de su tía, inicio con cero capital aparte de lo que compro los insumos, actualmente está valorizado en 35 mil soles aproximadamente sin la marca y sin local (propio), solo equipos, no podría ponerle el precio por cuestión de la marca, aparte que considera que su trabajo es único UTILIDADES: Dependiendo a temporadas, bajas a 800 soles pero en otros meses en los que cierra con más de los 3000 soles FINANCIAMIENTO: Si accedió a financiamiento de entidades bancarias. COSTOS: Mano de obra, insumos, eventos el armado y transporte, servicios de agua, luz, a ellos le incluye un margen de ganancia.	CAPITAL: Inició con 20 mil dólares aproximadamente, actualmente considera que esta valorizado en unos 120 mil dólares, lo que más cuesta son los equipos importados. FINANCIAMIENTO: No accedieron a créditos, todo está en base a capital propio. COSTOS: Mano de obra, insumos, transporte, servicios, redes.		
Finanzas y contabilidad	2. ¿Cómo realiza la gestión de su contabilidad y finanzas de su emprendimiento, considera que es rentable?	Si realiza el control y análisis de ingresos y gastos, primero tiene un registro en un cuaderno y luego lo pasa al Excel. ES RENTABLE, pero podría serlo más dedicando un poco más de tiempo	Lo hace un registro de ingreso y egresos de manera manual, si analiza la información de ventas. ES RENTABLE, pero podría serlo aún más con un mejor manejo de marketing o con ventas adecuadas	Lleva un control de ingresos y egresos, en un cuaderno y lo consolida en un Excel. Si es rentable pero podría mejorar	Si realiza el control y análisis mediante Excel y además que hace seguimiento siempre a sus cuentas bancarias, medio por donde fluye con más frecuencia el dinero. Si le renta	Realiza un control de ingresos y egresos, pero no siempre, en lo que si es estricta es en establecer sus costos, insumos. Es rentable pero podría ser aún más con una mejor gestión	Lleva un registro de ingresos y egresos, realiza el análisis de la parte financiera en el Excel que adquirió, esta automatizado, considera que hay que tener una buena organización con el dinero, como manejas lo poco o mucho que tienes. Si es rentable	Lo realiza en un Excel pero el control no es muy exhaustivo, pero si tiene noción de lo que cuesta y se gasta en producir los productos, los servicios, costos. Su emprendimiento si es rentable, asigna un margen de ganancia después de costear.	Todo lo realiza en Excel. Es rentable si pero podría mejorar con una tienda física donde ofrezca todos sus productos y que mejore su marketing	Si (en su agenda) en base a las ganancias, apuntes y ganancias destinadas al pander mensual para ahorro. Si es RENTABLE porque asignan un porcentaje de ganancias.	Si pero no con mucha frecuencia el análisis de gastos y egresos, porque a veces lo mezcla con los gastos personales. Si es rentable, porque saca los costos y le asigna un porcentaje de ganancia.	Lo realiza en un Excel, su socio y esposa es el encargado de la parte contable y financiera. Si es rentable pero si requiere demasiado tiempo y esfuerzo
Recursos humanos	1. Coméntenos acerca de cómo realiza la gestión de los recursos humanos en su emprendimiento.	Realiza una buena gestión y ve que su personal está comprometido con el emprendimiento Tareas y responsabilidades bien definidas. REGLAS: Trabajan en base a tareas y con el personal de marketing reunión semanal, Modelo una vez al mes o dos veces, personal de ventas Toma de decisiones. Toma juntamente con el personal de marketing. CAPACITACION: Ella trata de capacitarse en temas de marketing, va a charlas de la universidades, le gustaría pero le falta tiempo. TAREAS O FUNCIONES: Ella se encarga de todas las áreas a excepción de marketing, definen tareas en sus	Solo ella conforma su emprendimiento, anteriormente si tenía para la distribución (personal de delivery). CAPACITACION: Si se capacita en temas de tributación. formalización, ella se capacita en cursos de branding, ilustrador pero aun así cree que siempre debe contar con personal de marketing que sea especializado más en el tema. REMUNERACION: No se asigna un sueldo fijo porque tiene su trabajo, generalmente está distribuido para el emprendimiento.	Ella inicio junto a su esposo, actualmente cuenta con personal de ventas que son familiares que son dos, en los apurios son personas de una comunidad de Huyro REMUNERACION: Al personal de ventas en base al sueldo mínimo, al personal de los apurios si les remunera por diario y de acuerdo al esfuerzo que requiere el trabajo. CAPACITACION: Ella se capacita, así como también capacita al personal de ventas. REMUNERACION: No se asigna un sueldo fijo porque tiene su trabajo, generalmente está distribuido para el emprendimiento.	PERSONAL: Tiene personal para el armado de las ferias, en ferias grandes tres personas y en ferias pequeñas una sola persona y es quien también supervisa. Ella no se retribuye fijamente CAPACITACION: Ella misma se capacita, como también capacita a su personal. REGLAS: Establece horarios, responsabilidades y confidencialidad con todos los colaboradores. REMUNERACION: Ella remunera en base a las actividades que realizan (por día) y en la tienda de acuerdo al pago de personal de otras tiendas, pago por yape y efectivo	PERSONAL: Ella inicio su emprendimiento y también se encarga hasta el momento, a veces cuenta con el apoyo de su mamá. REMUNERACION: Ella no se asigna un sueldo como tal, pero si agarra cuando necesita, casi todo lo asigna a la inversión en compra de prendas y otras cosas para la venta. En caso de su mamá no le cobra un sueldo pero si la lleva a comer o ve la forma de retribuir. CAPACITACION: Ella si se capacita (diseño, fotografía) y asistió a cursos, talleres de finanzas, PowerTalk (le gusta escuchar a emprendedoras sobre capacitaciones en base a su experiencias)	REMUNERACION: Ella se remunera pero es acumulativo, paga al personal por recibos por honorarios porque la tasa de rotación es alta en su rubro, más que todo en ventas. CAPACITACION: Ella les hace una inducción y les hace leer un libro que considera útil, a veces contrata capacitadores para distribuidoras. CLIMA ORGANIZACIONAL: Ella se encarga y hace juegos o dinámicas, les invita a cenar, ella hace que haya un excelente clima laboral y se hace apoyar con la contadora, para las fechas de cumpleaños, es muy cuidadosa con su trabajadoras. TASA DE ROTACION: depende al pedido y es variable, los ingresos son más en fechas importantes o eventuales.	Ella se encarga de todo el trabajo, en caso de ferias cuenta con una personal adicional para ventas, básicamente se trabaja por pedidas. CAPACITACION: Se capacito en repostería y cursos online para ofrecer diferentes productos al mercado. REMUNERACION: Se remunera semanalmente en base a los pedidos que recibe, ya que le agrega un margen de utilidad a cada producto.	Ella se encarga de todo su emprendimiento, ella organiza sus tiempos y también vende pero si tiene un personal familiar que a veces le ayuda en la venta de las ferias. Ella maneja lo que es marketing, producción, venta y distribución final. CAPACITACION: Se capacito en algunos temas sobre su emprendimiento. REMUNERACION: Se remunera en base a los pedidos que recibe, ya que le agrega un margen de utilidad a cada producto.	PERSONAL: Las dos hermanas fundadoras de marca. TAREAS O FUNCIONES: Ambas se encargan de la producción y contenido (publicidad para el emprendimiento) e un momento adicionaron a 2 familiares porque había bastante carga laboral (pedidos en cantidad, se les capacito pero al poco tiempo se retiraron y siguen siendo ellas dos). REMUNERACION: Si se remunera en base a los pedidos que recibe, ya que le agrega un margen de utilidad a cada producto.	En si ella se encarga de todas las actividades y en temporadas altas tiene practicas o estudiantes. REMUNERACION: Si se da la remuneración y lo restante lo asigna al emprendimiento. CAPACITACION: Constantemente se capacita, para la innovación de las tortas, estudios extras relacionados a restaurantes. TAREAS: Sabe las tareas y se programa en base a los pedidos, que es 4 máximo por día, no cuenta con mucho tiempo porque le dedica a su familia.	CAPACITACION: Si se les capacita al personal de acuerdo al trabajo que van a realizar, sea en desitlado, embotellado, etiquetado, etc. REMUNERACION: Si se da la remuneración y lo restante lo asigna al emprendimiento. TAREAS O FUNCIONES: Si se delegan funciones de acuerdo al cargo que ocupan, ella se encarga del área de marketing, su esposo de la parte contable, ambos toman decisiones. REMUNERACION: Lo hace mediante Recibo por honorarios, así como también por contrato (planilla) para los permanentes.

		reuniones semanales. CLIMA ORGANIZACIONAL: Si es buena, ella trata de integrar y que todos estén encorazonados con el emprendimiento, realiza compartirlas y cenas.						tareas, con un cierto tiempo y responsable, así se cumplen con los objetivos y tareas.					
	2. ¿Con cuántos trabajadores inició su emprendimiento y como ha ido creciendo este número hasta la actualidad?	Inició ella sola y ahora cuenta con 4 incluido ella) personal de marketing, modelo y periódicamente una señorita para ferias.	Inició con una señorita que era su socia pero ella se quedó sola, en pandemia tuvo a su cargo personal para delivery que el pago era en base a comisiones y también al de marketing, actualmente solo es ella la encargada total del emprendimiento, pero si necesita un personal netamente para marketing ya que a esta época es importante el tema de difundir y promocionar la marca.	Iniciaron ella y su esposo Actualmente tiene 14 personas (incluido ella y su pareja), dos fijas en venta y 10 temporalmente para cosecha	Inició sola y ahora ya cuenta con personal por cada actividad determinada para ferias, de la misma manera cuenta con personal fijo para la atención en la tienda multimarca.	Ella empezó sola y hasta el momento ella realiza las tareas, periódicamente contrata a una costurera, cuando tiene bastantes prendas.		Inicio ella sola y actualmente cuenta con 7 personales, ventas turno mañana y tarde, contadora (se encarga de registros, temas de la SUNAT y apoyo en fechas de cumpleaños y apoyo), diseñadora, personal de marketing, personal del taller, y ella.	Inició sola y sigue siendo ella la encargada de los procesos de producción, a veces cuenta con personal para ventas en las ferias.	INICIO: Sola ACTUALMENTE: Ella misma se encarga de todo ya que importa mucho la preparación y calidad como ella lo sabe hacer.	INICIO: Las dos hermanas ACTUALMENTE: Siguen siendo ellas dos	Ella sola inicio, a veces tiene un personal de ayuda, estudiantes y/o practicantes cuando tiene muchos pedidos.	INICIO: Con dos personas ACTUALMENTE: Cuenta con seis personas, más ella y su esposo que es su socio, ocho en total.
Información y comunicación	1. ¿Nos podría comentar como realiza la gestión de información y data en su emprendimiento?	La gestión de data lo realiza en Excel, siempre analiza y toma decisiones.	La gestión de data lo realiza de manera escrita y considera que es efectivo.	La gestión de la información lo realiza en el programa Excel, si considera las fechas y tendencias para tomar decisiones, tales como Halloween, navidad, día de la madre	Lo realiza a través de Excel, WhatsApp, Google forms, drive, así mismo la información y data le sirve para la toma de decisiones	Lo realiza en Excel todo el tema de costos, inventarios y precios, si toma en cuenta la información para la toma de decisiones.	Todo lo realiza en Excel que adquirió (registro de ventas madre), donde gestiona los canales de distribución, ventas, segmento, ingresos, etc., tiene un panorama general y en base a eso hace análisis para la toma de decisiones.	La gestión de información lo realiza en un Excel, si toma en cuenta la información para la toma de decisiones, en redes revisa el nivel de vistas e interacciones.	Todo lo realiza en Excel, le parece más fácil ya que puede usar formulas, se puede cambiar precios, etc., y eso también le ayuda para que pueda ver cómo va las ventas y utilizar para la toma de decisiones	Todo lo realiza a través de Excel, agendas y cronogramas para organizar el tiempo según los pedidos, comunicación de información de manera directa y WhatsApp.	La gestión de data lo realiza en su agenda, aparte que es muy rápido y también maneja Excel.	La gestión de data e información lo realiza en una DATABASE (Excel), utiliza la información para tomar las decisiones	
	2. ¿Qué medios utiliza para la comunicación de información en de su emprendimiento?	INTERNO: WhatsApp y de manera directa CLIENTES: Facebook, Instagram, WhatsApp	INTERNO: solo ella CLIENTES: Facebook, Instagram y/o WhatsApp	INTERNO: WhatsApp CLIENTES: Facebook, Instagram, TikTok y también cuenta con una página web	INTERNO: WhatsApp, personal y correo CLIENTES: Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp.	INTERNO: WhatsApp CLIENTES: Facebook, Instagram, WhatsApp y ya se insertará en TikTok	Con los colaboradores WhatsApp, utiliza Google Keeps para delegar funciones. CLIENTES: Facebook, Instagram, TikTok, Pagina web, WhatsApp Bussines	INTERNO: Ella sola CLIENTES: Facebook, Instagram, WhatsApp y proyectándose en Tik Tok	INTERNO: ninguno CLIENTES: Facebook, Instagram, WhatsApp Bussines	INTERNO: WhatsApp y de manera directa CLIENTES: Facebook, Instagram, WhatsApp Bussines	INTERNO: Ella sola CLIENTES: TikTok, Instagram, Facebook, y WhatsApp.	INTERNO: WhatsApp, Llamadas y de manera directa CLIENTES: Facebook, Instagram, WhatsApp	
Tecnología, investigación y desarrollo	1. ¿Usted realiza innovaciones tecnológicas para gestionar de manera más eficiente los recursos en su emprendimiento?	Se fueron adaptando más al Instagram haciendo historias, reels y empezando en TIK TOK MEDIOS DE PAGO: yape, transferencias, PLIN, POS	Se fue adaptando a la tendencia de redes y difusión (hacer publicidad pagada) para ser más visibles y dirigirse a su público objetivo MEDIOS DE PAGO: yape, transferencias, plin	Ella si realizó innovaciones tecnológicas en su taller, adquirió máquinas adaptables para productos orgánicos, así como en el uso de las redes para llegar a los clientes. MEDIOS DE PAGO: Utiliza yape, plin, Tunki, POS, transferencias, aparte del efectivo	Si está a la vanguardia, ella trata de renovar pero siempre demandó tener dinero o capital, primero evalúa sobre equipos tecnológicos para cuando haya capital lo compre. Inovo en medios de pago, máquinas de cobranza, cafeteras, máquina de helado, equipos informáticos, etc. MEDIOS DE PAGO: Yape, Plin, transferencia, POS	Si realiza innovaciones en sus máquinas para los procesos de lavado, planchado, retiro de pelusas, además que tiene pensado automatizar el etiquetado e inventariado. MEDIOS DE PAGO: Yape, Plin, POS, PayPal, transferencias, todos los bancos.	Si innova en personalización, innova en redes, temas de cobranzas, tienda. No realiza muchas innovaciones en su producción porque es artesanal en el taller. MEDIOS DE PAGO: Yape, Plin, POS, PayPal, transferencias, todos los bancos.	Si realizó innovaciones tecnológicas para la producción en máquinas porque le ayuda a reducir tiempos de producción, esfuerzo y costos. REDES SOCIALES: Si tuvo que adaptarse y hacer publicaciones por redes MEDIO DE PAGO: Plin, Yape y transferencias bancarias.	Ella si realiza innovaciones sobre todo en los medios en pago y también incursiono en las redes pero le faltará desarrollarse más tecnológicamente en marketing REDES SOCIALES: Instagram y Tik Tok MEDIOS DE PAGO: Yape, Plin, transferencias pero en menos cantidad (POS)	Si realiza innovaciones para el manejo de inventario (Excel, Canva, Capcut, manejo de redes, máquinas), la tecnología es importante en esta era digital que estamos, se puede llegar a más personas para envío de catálogos, Yape, Plin, transferencias MEDIOS DE PAGO: Yape, Plin y transferencias.	Si realiza innovaciones, tanto en los equipos de su taller, así como en el productos, son personalizados, innovadores y novedosos. Aparte que en redes también tuvo que emplearlos en su emprendimiento. MEDIOS DE PAGO: Yape, Plin, POS, transferencias.	Si realiza innovaciones más para maquinarias y redes, como la máquina para destilar, etiquetado, además que cuentan con personal exclusivo para redes con sus respectivos métodos de publicidad. MEDIOS DE PAGO: Todos los medios de pago (Yape, Plin, Transferencias, POS)	
	2. Usted investiga y/o toma en cuenta la actualización de información para la mejora continua de su emprendimiento.	Si hace investigaciones de mercado, en caso de ropa está sujeto a las tendencias, modelos y telas; además que tomó en cuenta los tutoriales para la mejora de edición en base a videos de YouTube, toma de fotos, marcas de agua	Si realiza, la toma de decisiones se hace en base al medio y los estilos de vida, también posee y busca información sobre las redes que facilitan la publicación, herramientas que le permitan mejorar la calidad de fotos, edición, etc.	INVESTIGACION: Si toma en consideración para capacitarse y busca información en internet para su emprendimiento. RESPONSABILIDAD SOCIAL: El 50% a 80% de ventas de noviembre y diciembre lo asigna a ayuda sociales con niños por fechas navideñas, capacitan a niños en como emprender sosteniblemente para no dañar el medio ambiente.	Siempre está buscando información para mejorar en procesos, información; además que realiza investigaciones de mercado todo el tiempo.	Si realiza investigación de mercado cada cierto tiempo Tiene conciencia ecológica y trata de transmitir ello con su marca.	Si realiza investigación de mercado para cada buyer persona, además que siempre está buscando información para mejorar continuamente. RESPONSABILIDAD SOCIAL: En diciembre enseña a niños a hacer accesorios con joyas recicladas.	Si realizó estudio de mercado, investiga para mejorar en caso de marketing, producción, ya que ayuda bastante en mejorar el producto.	Si realiza investigación de mercado y tiene publico variado para Facebook e Instagram, Tik Tok le gustaría pero le tomaría más tiempo (en proyecto por el momento).	Si, han realizado investigación de mercado, de esa manera ya tienen un publico definido para sus productos	Lo realizo en los inicios de su emprendimiento, para ver si era necesario invertir en la maquinaria que tiene ahora porque implicaba una inversión fuerte.	Si realizo investigación de mercado tanto para el inicio como en el proceso, siendo constante para crear más presentaciones (diversificar). Aparte de las maquinas que se adquirió en su planta, si investigan y desarrollan, quieren diversificar.	
Pregunta general para concluir	1. ¿De acuerdo con su experiencia, coméntenos qué aspectos internos considera más importante para que su emprendimiento sea sostenible? (planificación, uso de redes, calidad, etc.)	Considera que todas las áreas son importantes y se complementan, además que tiene cierta importancia las ventas, las finanzas, las operaciones	Considera importante todos los ítems hablados, en una escala de importancia considera primordial a Recursos Humanos, Marketing por las ventas, finanzas y contabilidad, información comunicación, tecnología y la administración como tal engloba a los ya mencionados anteriormente.	De acuerdo a su experiencia considera que lo más importante en su emprendimiento es la producción para obtener la materia prima, el capital, porque si no cuenta con eso no incurriría en los demás áreas como marketing, finanzas, etc.	Soñar en grande pero pisando tierra, se tiene que ser realista. Empezar desde el primer día a crearla que será una empresa, definir bien tus precios y no regalar para captar clientes porque se acostumbran, es un negocio y hay que tomarlo como tal. Considera que más importante es la atención al cliente, más allá de todo la experiencia que se da al cliente, el customer experience, lo demás ya viene después, es un tesoro más preciado.	Conocimiento en el rubro en el que vas a emprender y manejar bien el tema de marketing.	Considera que el marketing y operaciones son importantes, recursos humanos por la motivación, luego finanzas y por último la tecnología e innovación, finalmente administración que engloba todo.	Considera que todo es importante, según grado de importancia está el marketing, calidad y producción, administración y tecnología.	Primero las administración, operaciones (por la producción, organización) y después el marketing de ahí los demás que siguen.	Es muy indispensable el marketing y todos los demás en general	Considera que todos son importantes	Considera que todos los factores son importantes pero más parte de tener un producto con mucho potencial, calidad y siempre contar con dinero para reinvertir constantemente.	

Categoría 3: Factores Externos

Categoría	Preguntas	Emprendimiento 1	Emprendimiento 2	Emprendimiento 3	Emprendimiento 4	Emprendimiento 5	Emprendimiento 6	Emprendimiento 7	Emprendimiento 8	Emprendimiento 9	Emprendimiento 10	Emprendimiento 11	
	1. ¿Cómo influyó el entorno en el desarrollo de su emprendimiento?	Para el emprendimiento fue de manera positiva y en ese tiempo se dio una moda de los emprendimientos virtuales, apoyar lo local y le compraban más. El entorno político no fue positivo	Considera que el aspecto externo influyo en un 50%, ella considera que lo más importante es de la parte interna y siempre tratar de adaptarse a los cambios.	Considera que le condiciona en algunos aspectos, y ella tiene que buscar formas de adaptarse o hacer reorganizaciones de acuerdo a lo que se requiere, por ejemplo marketing, contenidos.	Le condicionó a adaptarse a los cambios del PESTEL, aparte que hubo mucho avance tecnológico	Hay mucha inestabilidad y eso le afecta negativamente, pero como emprendedora debe adaptarse.	Considera que fueron positivos y negativos, pero más positivos porque se permitieron adaptarse, hacer cambios y mejorar, fue de mucho aprendizaje.	El entorno si ha influido y condicionado en el tema de insumos por el tema ecológico y ambiental, ya que sube los costos de producción, en lo político este genera incremento en los insumos en general y en este caso no hay un entorno favorable para su emprendimiento ya que ha reducido sus ventas.	El entorno influye en lo ecológico porque ahora se usa envases biodegradables y en el entorno social, las marchas y huelgas a afectado bastante a las ventas y recién porque que se está reactivando e incrementando las ventas a comparación de años anteriores.	No sintió mucho impacto del entorno, pero eso si considera que las huelgas principalmente son una amenaza para todo.	En un inicio pensaba que era ajena a alguna situación, pero después de la pandemia se dio cuenta que si le afectan, en los costos, en el estado anímico, porque ella está en el rubro secundario o no básico y sin su emprendimiento las personas normal pueden vivir.	Si le influye, porque el entorno se vuelve muy inestable y eso genera incertidumbre, así también en el turismo, cierre de locales, no hay inversiones y eventos.	
	2. Coméntenos, cómo influyo la pandemia en su emprendimiento.	Fue una oportunidad, se creó logos, paginas (tienda virtual) y tenías que adaptarte, fue una de las mejores opciones donde más hubo rentabilidad. En pandemia hubo un gran número de creación de emprendimientos pero de desconexión por falta de consistencia y perseverancia.	Fue positivo, en un inicio hubo un choque pero la gente compró más de manera online por lo que aumentó sus ventas en ese periodo. Si le genera mucha rentabilidad	La pandemia fue una oportunidad para su emprendimiento, gracias a ellos están a nivel nacional porque emplearon las redes sociales con más fuerza para darse a conocer, la pandemia le influyo bastante bien porque muchas personas empezaron a cuidar de su salud y a priorizar su alimentación.	Woman Power es la primera feria que se abrió a las ferias de la pandemia, y en el proceso más se encargaron en fidelizar, empoderar y esto les permitió superarse porque muchos emprendimientos cerraron.	La pandemia fue una oportunidad, perdió su trabajo y le dio más fuerza a su emprendimiento aparte que se hizo conocida por las redes. También el estado fue algo amigable con los pequeños negocios, fomentaron las ferias.	En palabras generales fue positivo para su emprendimiento, hubo más venta en pandemia, contaba con personal de delivery fijo, el hecho de estar soltera también le ayudo a enfrentar. Al inicio fue negativo, más que todo con los locales de Abancay que toco que cerrar por pandemia, y cayo sus planes para apertura su tienda en Lima, perdió dinero y sus ahorros.	PADEMIA: hizo que su emprendimiento refleje como marca y sea una fuente de ingresos sus ventas eran altas por ser un producto nuevo para el mercado y fue favorable.	A inicios de pandemia se desarrolló y le condicionó de acuerdo a las ventas ya que sus productos solo eran en base a pedidos para fiestas y toda la temática que se da en la feria, dulces, bocadillos y se acopló a la forma de ventas en ese entonces a la fecha sigue produciendo todo y en más variedad. La pandemia constituyó al inicio desempleo pero genero también se dedique a su emprendimiento, independiente.	La pandemia influyo positivamente porque llegaron a tener muchas ventas y sobre carga laboral, les ayudo a crecer como marca	La pandemia fue algo negativo y positivo, porque trabajaba para eventos y esto ya no se llevaban a cabo, solo pedían para la familia, las ventas disminuyeron no a cero pero si fue considerable disminuyo, fue favorable porque en temas de transacciones eran más rápidas por, la comunicación, el delivery.	PADEMIA, le influyo positivamente en su emprendimiento, le permitió salir al aire y no ser un gin de casa, se dio a conocer.	
Preguntas para iniciar	1. ¿Cómo considera usted que los aspectos políticos (cambios de gobierno, corrupción, inestabilidad política, entre otros) en los diferentes niveles de gobierno influyen en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento?	INESTABILIDAD POLITICA: Son una amenaza porque los cambios de gobierno dieron lugar a las huelgas afectando a ciertos de local, incertidumbre y por ende las personas se reservan y guardan para cosas básicas o alimentos.	INESTABILIDAD POLITICA: Es una amenaza porque ha complicado mucho a los emprendimientos, genera mucha incertidumbre.	INESTABILIDAD POLITICA: Los cambios de gobierno generan mucha incertidumbre, se tiende a lo que ya conoces y seguir haciendo lo mismo, no se permite crecer más ni seguir escalando.	INESTABILIDAD POLITICA: Si afectan y más a lo emocional, la inestabilidad y huelgas hace que las personas sean inestables y que las emprendedoras puedan lanzarse a hacer cosas nuevas crecer. CORRUPCION Y DIRECCIONALIDAD: Más beneficio a sus amigos, entre ellos se comunican.	INESTABILIDAD POLITICA: Lo político repercute mucho en lo económico, hay muchos cambios en los precios y costos. No hay leyes solidas en cuanto a ello y considera que es gracias al libre mercado que se cobra una demanda que poco se puede hacer.	INESTABILIDAD POLITICA: fue malo ya que eso dio paso a que haya huelgas, paralizaciones por ende genero escasez de productos e insumos y se dio en alza de precios y especulación llegando a ser este ultimo un punto de quiebre en muchos casos.	INESTABILIDAD POLITICA: le fue fácil y lo considera bueno ya que si estas formalizado, es favorable, si quieres acceder a créditos es más fácil. Además que en lo legal y puede ser un proceso atractivo para potenciales clientes.	Elta comenta que no influye mucho ya que sus emprendimientos, por el momento son algo pequeños, ya que ellos siguen trabajando y no paran por ellos necesariamente. INESTABILIDAD POLITICA: En ese caso de temas políticos genera la alza de precios, escasez de algunos insumos para la preparación, eso sí influyo en los costos por tanto subió también el precio.	INESTABILIDAD POLITICA: No sintió mucha la influencia pero esto si genera el aumento de insumos, alza de precios en transporte.	INESTABILIDAD POLITICA: Es una amenaza porque la economía se vio afectada por lo político, aparte de lo político hizo que no haya una buena salud mental, hace que las personas pierdan su poder adquisitivo y en consecuencia no le compren. CORRUPCION: La corrupción favorece a los grandes empresarios o personas con mucho dinero, en caso de la SUNAT ni miran a las grandes empresas para cobrarles los impuestos que deben.	INESTABILIDAD POLITICA: Hay incertidumbre, porque la inestabilidad genera eso y no sabes si invertir o no, a gente se vuelve más cuidadoso y prefiere guardar su dinero para cosas necesarias.	
	2. ¿Cree usted que las leyes que existen en el Perú (formalización, tributación, etc.) incidieron de alguna manera el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento?	FORMALIZACIÓN: Tiene sus pro y contras, cuando uno declara es más ordenado, le facilita para créditos porque hay un respaldo. La SUNAT se excede un poquito porque el 18% es mucho para emprendedores, porque tienen costos que cubrir, personal, alquiler, considera que para los emprendedores es mucho y deberían de bajar los impuestos y facilitarlos, incluso con el RUS es mucho.	FORMALIZACIÓN: En los inicios influye negativamente y ya que ellos pierden los emprendimientos cuentan con ingresos fijos y son estables, considera que es algo contradictorio porque dicen apoyar pero más se preocupan en cobrar, en si desaniman a los emprendimientos.	FORMALIZACIÓN: Considera que por una parte es una oportunidad y por otra una amenaza, oportunidad que le permite ser más organizado, le abre puertas y le da seguridad, tanto como cliente o emprendedor, la amenaza es cuando estas empezando y ya quieres que te formalices, en ese punto aun no eres estable. Es bueno los emprendimientos con ingresos fijos y son estables, considera que es algo contradictorio porque dicen apoyar pero más se preocupan en cobrar, en si desaniman a los emprendimientos.	FORMALIZACIÓN: El proceso es muy lento, hay mucha burocracia, requiere que el emprendimiento sea rentable y estable. LA SUNAR y SUNAT, deberían ser más veloces, utilizan terminos muy técnicos, debería tener un lenguaje más adaptado, hasta para cambiar su contraseña es muy burocrático BUCROCRACIA: Considera que los tramites en las municipalidades son muy lentos, aparte que el personal no esta tan capacitado en temas de emprendimiento.	FORMALIZACIÓN: Considera que es una oportunidad cuando eres pequeño y no tienes establecido económica, aparte de ello hay protección a los verdaderos emprendedores, porque hay más contrabandistas y la SUNAT no hace nada.	FORMALIZACIÓN: Es una oportunidad pero no al inicio, porque piensa que es buena porque te ayuda a organizarte, eres más ordenado, pero si hay que ser estables con los ingresos para hacerlo, no al iniciar, cuando el ingreso es constante si es bueno formalizarte.	FORMALIZACIÓN: le fue fácil y lo considera bueno ya que si estas formalizado, es favorable, si quieres acceder a créditos es más fácil. Además que en lo legal y puede ser un proceso atractivo para potenciales clientes.	FORMALIZACIÓN: Es una oportunidad pero el estado debería de dar mejores opciones para formalizarse. En su caso le ayudo mucho estar formalizado ya que para pedidos grandes algunos clientes piden recibo, entonces se hace un análisis que te conviene y es una inversión que te favorece, ayuda a llevar mejor las finanzas, piensa que si quieres tener clientes de mejor calidad tener formalizado te conviene, el proceso de formalización fue fácil	FORMALIZACIÓN: Es amigable ya que te dan plazos para formalizarte, pero siempre están dentro de lo formal y eso te da oportunidades para trabajar con otras empresas.	FORMALIZACIÓN: Es una oportunidad, porque te permiten estar en lo formal, también te permite trabajar con otras empresas y negocios, ser confiable. EN PRODUCTOS si o si se requiere pruebas con instituciones para que puedan sacar permisos, licencias de funcionamiento y registros de SANIDAD	FORMALIZACIÓN: Es una oportunidad, pero estubo muy al tanto de las capacitaciones gubernamentales, piden muchos requisitos, cuando eres emprendedor quieres que seas puntual, se investigan cuando pasan montos. Asimismo que pagues el 18 por ciento, pagues a un contador es un costo, ella prefiere mantenerse en el RUS pagando los 20 soles, es un incentivo porque no puedes trabajar con otras empresas.	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: No aceptó a capacitaciones ni cursos, fue más parte de su iniciativa para capacitarse y mejorar, ya que sus estudios le proporcionaron conocimientos. NO INFLUYERON FONDOS DE APOYO: Piensa que es una oportunidad pero le pidieron muchos requisitos y querían obligarla a sacar un monto alto, deberían ser más flexibles.
Político y Legal	3. ¿Cuál es su opinión acerca de los programas gubernamentales que existen, así como los fondos de apoyo para el desarrollo de su emprendimiento?	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: No hay una buena difusión porque no llegan a enterarse, accedió a cursos de universidades privadas que forman y son interesantes, la mayoría son cursos virtuales	Considera que es una buena opción y oportunidad para negocios que ya están establecidos y que ya tienen ingresos fijos. PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: A nivel de Cusco piensa que se fomenta más el tema de producción que el comercio. Ella considera que el producto nacional es más para el mercado internacional por lo caro que cuesta la producción, es muy difícil establecerse en Cusco por la competencia de productos baratos. FONDOS DE APOYO: Piden demasiados requisitos, despachos, logos, página de temas seguidores, entonces cuando uno empieza eso no tiene y es difícil. Por parte del gobierno no favoreció a los pequeños empresarios o emprendimientos porque no obtuvo bonos ni créditos.	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: Es una oportunidad pero lo ve muy limitado y cerradas para un sector, considera que las capacitaciones privadas son más efectivas que las de entidades públicas, se esmeran más y tiene capacitadores de buen nivel, es una oportunidad para ella, asimismo considera que el ministerio de producción y de agricultura, hay capacitaciones pero para más sectores como emprendedores, debería que sea más abierto. FONDOS DE APOYO: Es una oportunidad, participó y quedo en cuarto puesto, si hay asociaciones que hacen ese concurso, por otra parte observa que no hay una buena difusión	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: Es una oportunidad pero las convocatorias son para grupos reducidos, deben ser más amigables a la lectura de emprendimientos y el tiempo que disponen porque hay emprendedores que son mamás, estudiantes y priorizan sus cosas, por otra parte observa que no hay una buena difusión	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: Considera que si es bueno pero no es de mucho impacto, si asistió y mucho, pero considera que son muy básicos porque ella ya lo hizo.	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: Considera que si es bueno pero no es de mucho impacto, si asistió y mucho, pero considera que son muy básicos porque ella ya lo hizo.	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: Siempre tienen un costo los cursos, además que no hay una buena difusión de programas y cursos de emprendimientos, lo contrario accedió a webinars de universidades privadas y otros. NO TIENE CONOCIMIENTOS SOBRE LOS FONDOS DE APOYO	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES. Si accedió a capacitaciones de la municipalidad, conoce a algunos programas más no accedió a ninguno, si accedió a cursos mediante invitación en las ferias ejame muni Wanchaq. Le parece que en algunos cursos no iba con el caso de emprendimientos que poseía. FONDOS DE APOYO, no accedió a ninguno con el emprendimiento, porque en las convocatorias no pasaban al siguiente nivel de seleccionados, la formalización influyo a participar en estos programas ya que muchas veces constituye requisito.	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: Existen muchos requisitos, no accedió a ninguno con el emprendimiento, porque en las convocatorias no pasaban al siguiente nivel de seleccionados, la formalización influyo a participar en estos programas ya que muchas veces constituye requisito.	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: No accedió a capacitaciones ni cursos, fue más parte de su iniciativa para capacitarse y mejorar, ya que sus estudios le proporcionaron conocimientos. NO INFLUYERON FONDOS DE APOYO: Piensa que es una oportunidad pero le pidieron muchos requisitos y querían obligarla a sacar un monto alto, deberían ser más flexibles.	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES: No accedió a capacitaciones ni cursos, fue más parte de su iniciativa para capacitarse y mejorar, ya que sus estudios le proporcionaron conocimientos. NO INFLUYERON FONDOS DE APOYO: Piensa que es una oportunidad pero le pidieron muchos requisitos y querían obligarla a sacar un monto alto, deberían ser más flexibles.	
	1. ¿Cuál es su percepción del entorno económico (FBI, inflación, tipo de cambio, costos de Materia Prima) para el crecimiento y desarrollo de su emprendimiento, por qué?	EL TIPO DE CAMBIO: Afecta negativamente, hay momentos en los que las prendas suben debido al costo de presidentes. COSTOS DE COMERCIALIZACION: Sus proveedores compran materia prima, si influye indirectamente en el costo porque son ellos que adquieren materia prima para la elaboración de prendas.	TASA DE INFLACION: A Nivel de Latinoamérica considera que Perú es estable, no le afecta mucho en temas de ropa, pero si en otros rubros como la alimentación. TIPO DE CAMBIO: Ella importa productos y varía muchos los precios, ya ha establecido. COSTOS DE COMERCIALIZACION: Hay variación, sus proveedores producen la ropa y por lo tanto a ella le afecta.	TASA DE INFLACION: Influye negativamente porque todo sube o no sabe cuando va a pasar eso, a veces ya no les permite tener ganancias, eso genera una incertidumbre en los precios. TIPO DE CAMBIO: Si le influye negativamente cuando es muy variable, sus envases son de Colombia y afecta, a veces se le quitan sin envases y afecta en la producción. COSTOS DE MATERIA PRIMA: Cuando eso sube afecta negativamente en la ciudad del Cusco.	TASA DE INFLACION: Hay mucho cambio en el entorno económico, con respecto a los precios, perjudica a los emprendimientos a tener un precio bastante variable. TIPO DE CAMBIO: influye de manera negativa, ya que suben los precios de insumos, materia prima y otros y perjudica. COSTOS DE MATERIA PRIMA: Variable, incluso en los servicios.	TASA DE INFLACION: Considera que si es bueno pero no es de mucho impacto, si asistió y mucho, pero considera que son muy básicos porque ella ya lo hizo.	TASA DE INFLACION: Una amenaza porque hay estabilidad, existe una incertidumbre y eso da origen a mucha especulación, hay inestabilidad y aumentan los precios de los insumos. TIPO DE CAMBIO: Si le influye, ella importa un 50% de sus insumos de Colombia pero le conviene que la moneda Colombiana este devaluándose. COSTO DE MATERIA PRIMA: Depende de la estabilidad política del país, sube mucho los costos, es inestable por la especulación.	TIPO DE CAMBIO, altos costos de insumo, especulación y es desventajoso además que incrementa los precios. COSTO DE MATERIA PRIMA si influye en la producción y los costos y en algunos casos se tiene que reducir las utilidades. PROVEEDORES, tiende mayoristas (proveedores indirectos), empresas más favorables cuando suben los costos de producción.	TASA DE INFLACION: constituye una amenaza ya que genera el cambio y aumento en precios, especulación, no permite crecer. TIPO DE CAMBIO, se devalúa la moneda, subieron los precios de productos, en caso de limón constituye factor limitante ya que dejo de producir algunos productos que incluían este insumo además que eso genera que te descapitalices. COSTO DE MATERIA PRIMA: Si le influye porque los costos de los insumos que utiliza para tejer suben, hay una inestabilidad en los costos, y eso también parte de lo político.	TASA DE INFLACION: Influye ya que incrementan los costos de insumos y precios, algo que también influye es el tema de combustible, si sube eso todo sube el precio del transporte. COSTOS DE MATERIA PRIMA: Si le influye porque los costos de los insumos que utiliza para tejer suben, hay una inestabilidad en los costos, y eso también parte de lo político.	TASA DE INFLACION: Es una amenaza porque los costos son muy variables y suben, antes de la pandemia se costaba mejor, ahora todo subió. COSTOS DE MATERIA PRIMA: Es muy variable porque su emprendimiento requiere de insumos de primera necesidad que podría decir, esto se ve influenciado por la inflación.	TASA DE INFLACION: Es una amenaza porque los costos son muy variables y suben, antes de la pandemia se costaba mejor, ahora todo subió. COSTOS DE MATERIA PRIMA: Si le influye porque los costos de los insumos que utiliza para tejer suben, hay una inestabilidad en los costos, y eso también parte de lo político.	TASA DE INFLACION: Es una amenaza porque los costos son muy variables y suben, antes de la pandemia se costaba mejor, ahora todo subió. COSTOS DE MATERIA PRIMA: Es muy variable porque su emprendimiento requiere de insumos de primera necesidad que podría decir, esto se ve influenciado por la inflación.
Económico	2. Como considera que el desempleo influye en su emprendimiento. Considera que se reduce su poder adquisitivo, buscan nuevas fuentes de ingresos, entre otros.	TASA DE DESEMPLIO: Por una parte fue buena porque ahí le dio más punche a su emprendimiento, pero por otra parte es negativo porque sus clientes a ello se panderán, negativamente porque a veces sus clientes pierden su trabajo, entonces priorizan cosas básicas o alimentos básicos.	TASA DE DESEMPLIO: Ella gira entorno al turismo, cuando sus clientes bajan su poder adquisitivo por las huelgas, pero no fue mucho impacto en su emprendimiento. Considera que su emprendimiento de alguna u otra forma genera empleos, por ejemplo en pandemia generaba ingresos a los que hacen delivery	TASA DE DESEMPLIO: Hace que las personas empiecen, en tiempo que por ejemplo hubo un boom de emprendimientos, se descubrieron talentos, generaron ventas y clientes y gracias a ello se panderán, negativamente ellas generan puestos de trabajo ya sea en su tienda o en las ferias que realizan.	TASA DE DESEMPLIO: Por una parte vio una oportunidad sin darse cuenta y pudo emprender, negativamente que los clientes ya no le compraban mucho, pero empleaba otros estrategias con respecto a ello.	TASA DE DESEMPLIO: Si le influye pero no es mucho, porque siempre busca nuevas estrategias y los clientes siempre compran, en pandemia por ejemplo, las personas no trabajaban pero sus ventas fueron altas.	TASA DE DESEMPLIO: Si le influye pero no es mucho, porque siempre busca nuevas estrategias y los clientes siempre compran, en pandemia por ejemplo, las personas no trabajaban pero sus ventas fueron altas.	TASA DE DESEMPLIO: Si le influye pero no es mucho, porque siempre busca nuevas estrategias y los clientes siempre compran, en pandemia por ejemplo, las personas no trabajaban pero sus ventas fueron altas.	TASA DE DESEMPLIO: Si le influye pero no es mucho, porque siempre busca nuevas estrategias y los clientes siempre compran, en pandemia por ejemplo, las personas no trabajaban pero sus ventas fueron altas.	TASA DE DESEMPLIO: Generaría la creación de emprendimientos en su mismo rubro pero no constituye competencia aún ya que recién estaría empezando a cambio de ella que ya está puesta en el mercado. PODER ADQUISITIVO: Si afecta a las ventas.	TASA DE DESEMPLIO: No le afecto, o quizás si le influyo mucho porque siempre hay dinero para la compra de cosas para un bebé.	TASA DE DESEMPLIO: No le influye porque la mayoría de su público son más turistas y la ciudad de Lima. PODER ADQUISITIVO: Supone que afectaría a sus ventas pero no mucho.	TASA DE DESEMPLIO: No le influye porque la mayoría de su público son más turistas y la ciudad de Lima. PODER ADQUISITIVO: Supone que afectaría a sus ventas pero no mucho.

	<p>3. ¿Cuál es su opinión respecto al financiamiento externo, considera que es una oportunidad para su emprendimiento?</p> <p>4. ¿Cómo influyó la pandemia en el aspecto económico de su emprendimiento?</p>	<p>TASAS DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): Es una oportunidad, considera que las cajas ofrecen facilidades, las cooperativas tienen tasas elevadas y los bancos están dirigidos a empresas más grandes, es conveniente trabajar con cajas preferentemente como Cusco y Arequipa en comercio tal.</p>	<p>TASAS DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): Oportunidad para las personas que tengan educación financiera, no deben adeudarse sin tener mucha rotación, uno mismo debe evaluarlo, las entidades financieras no realizan un buen análisis del sustento pero solo quieren dar créditos. En tiempos de pandemia las entidades financieras no ampliaban los plazos, Arequipa en comercio tal.</p>	<p>TASAS DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): Generalmente las tasas son altas y no es amigable con el emprendedor, y considera que antes tiene que conocer sobre el tema cuando va recién estas empezando, la necesidad a veces te obliga, necesitan capacitarse, las entidades que ofrecen buenas son Banco de la Nación y BNAIF por experiencia.</p>	<p>TASA DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): Las tasas de interés de entidades financieras son altas, depende al historial crediticio, cuando tienes buen historial, va reduciendo, eso influye que cada emprendedora como tal tenga mucha educación financiera y sepa invertir bien ese dinero.</p>	<p>TASAS DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): No accedí a créditos, no tiene una opinión.</p>	<p>TASA DE INTERÉS, es una oportunidad, el financiamiento depende mucho del historial crediticio de ti y los familiares ya que eso afecta cuando quieres sacar un préstamo, ahora el financiamiento para ella es alto, pero no tuvo intereses altos, accedí a préstamo de una caja.</p>	<p>TASAS DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO) no accedí a préstamos por más antes, contaba con préstamo entonces por el periodo de pandemia se estancó en el pago y eso afectó a su historial crediticio, aunque no lo necesitó pero si término de pagar su deuda, considera que las tasas de interés son una oportunidad pero depende a que fin quieres usarlo y bueno en caso si necesitará para pedidos grandes siempre pide 50% de adelanto y que te cuenta con capital.</p>	<p>TASAS DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): Si trabajo con préstamos me parece con los intereses son míminos y depende mucho el historial crediticio, accedí de Mibanco, ofrece mejores alternativas de préstamo para emprendedores.</p>	<p>TASA DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): Es algo favorable o en contra, si tus amigos trabajan en el banco, te dan mejores tasas, si no los intereses son muy altos, a veces se absorben del desconocimiento y de las leyes, es su trabajo pero son un poco abusivos</p>	<p>TASA DE INTERÉS (FINANCIAMIENTO): Es una oportunidad para poder invertir en el emprendimiento, ella no accedió a financiamiento hasta el momento, todo es capital propio.</p>
<p>1. Con respecto a su emprendimiento, como considera al entorno social del entorno (Conflictos sociales, huelgas, estilos de vida, hábitos, otros)</p>	<p>Positivo porque sus ventas aumentaron en pandemia.</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Son una amenaza para su emprendimiento, porque cierran locales, las personas no trabajan y no hay poder adquisitivo. Además que en ese periodo las ventas físicas, pero los pedidos se mantuvieron.</p> <p>ESTILOS DE VIDA: Se tiene que realizar un estudio de mercado antes del ingreso un rubro, la oportunidad y segmento.</p> <p>ESTILOS DE VIDA Y HABITOS: Es una oportunidad porque después de las vacaciones y no te sale el entorno y estilo que hay en la ciudad del cusco</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Son una amenaza porque afectan negativamente porque te cierran todo, las huelgas o paros hacen que no vendan un mes o dos meses, más aún cuando no tienen capital soporte o reservas.</p> <p>ESTILOS DE VIDA Y HABITOS: Es una oportunidad porque después de las vacaciones y no te sale el entorno y estilo que hay en la ciudad del cusco.</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Son una amenaza, pero no dejan trabajar por lo tanto redujeron sus ingresos.</p> <p>ESTILOS DE VIDA: Es variado por eso se realiza estudios de mercado antes de dedicarse a otras actividades.</p> <p>ESTILOS DE VIDA: En Cusco no hay muchas personas que saben del rubro, si hay un nicho de mercado es de las personas y su segmento, de la libertad y dinero para hacer eventos, es una oportunidad.</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Las huelgas son negativas en las ventas porque cierran las vías, el transporte, etc. pero si se ocupa haciendo otras actividades.</p> <p>CONFLICTOS SOCIALES: Las huelgas son negativas en las ventas porque cierran las vías, el transporte, etc. pero si se ocupa haciendo otras actividades.</p>	<p>Positivo porque vendió más y pudo dar a conocer su marca mediante sus redes.</p>	<p>Muy positivo</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: La crisis política genera las marchas, huelgas por ende ha sido una amenaza porque no podía atender a los productos, constituye una amenaza al emprendimiento.</p> <p>ESTILOS DE VIDA: Aumento el cuidado de salud, este mercado es muy amplio y no es rentable. Geográficos, las personas de cusco no son mucho de postres son más de comidas tradicionales entre otros</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Si influyo pero se vendió el apoyo a que se pueda acomodar con lo que tenía el almacén, pudo tejer para tener productos finales.</p> <p>ESTILO DE VIDA: Considera que las mamás siempre cuidan a sus bebés, la conexión y el apego de la mamá con el a la bebe, por eso que ofrece todos los segmentos y muy altos costos, las personas consumen tortas son nutritivas y eso es lo que ofrece.</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Si influyo pero se vendió el apoyo a que se pueda acomodar con lo que tenía el almacén, pudo tejer para tener productos finales.</p> <p>ESTILO DE VIDA: Considera que las mamás siempre cuidan a sus bebés, la conexión y el apego de la mamá con el a la bebe, por eso que ofrece todos los segmentos y muy altos costos, las personas consumen tortas son nutritivas y eso es lo que ofrece.</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Es una amenaza, te limitan mucho porque te cierran vías, te cierran el local, los costos suben y entre otros.</p> <p>ESTILO DE VIDA: Si le influye porque hay un hábito de comer más sano, su producto va relacionado, también considera que los cusqueños son algo cerrados a nuevos diseños de tortas, novedosas, son más de tradicionalistas. Algo que también se observa es que las personas últimamente son más ahorradoras.</p>
<p>2. En el aspecto cultural de nuestro entorno, como influyó en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento. (Fiestas, tradiciones, costumbres, creencias, entre otros)</p>	<p>Positivo, sus ventas fueron muy buenas y le dio la oportunidad de adelantarse más en temas de marketing y darse a conocer.</p>	<p>FESTIVIDADES: En fiestas culturales o tradicionales no es bueno, porque se van a más a lugares tradicionales. Pero en fechas generales si hay más oportunidades para vender en ferias, navidad y otros ferias.</p> <p>CULTURA: El turismo genera empleo y esas personas son sus clientes, considera que influye positivamente de una manera indirecta.</p>	<p>FESTIVIDADES: Son una oportunidad para ella, hay temporadas escolar, época de bodas, día de la madre hacer ofertas y hacer que los clientes compren, altsaras para las temporadas y ella si toma en cuenta.</p> <p>CULTURA: El turismo es favorable, genera empleo y esas personas son sus clientes, considera que influye positivamente de una manera indirecta.</p>	<p>FESTIVIDADES: Es una oportunidad porque atrae turistas y ahí venden productos, así mismo para la realización de ferias, los hábitos de compra son más cerca de las fechas después de las remuneraciones ya que se dan oportunidades para ella cubrirlo, sus clientes son artistas, los que se dedican al teatro, tienen cultura o leen mucho.</p>	<p>FESTIVIDADES: Es una oportunidad, si influyen, mientras la gente sale más, en esas fechas hay ferias, hay turistas, el tema online no es mucho pero si. Así mismo en las fechas festivas no tradicionalismo como día de la madre, enamorados y navidad son buenas para las ventas online.</p> <p>CULTURA: Es una oportunidad, Cusco es una ciudad turística por lo que tiene clientes del país e internacionales, los clientes llegan a ella.</p>	<p>Positivo, fue un tiempo en donde dieron a conocer su marca y sus muchos ventas.</p>	<p>Muy positivo</p>	<p>CONFLICTOS SOCIALES: Los huelgas son negativas en las ventas porque cierran las vías, el transporte, etc. pero si se ocupa haciendo otras actividades.</p> <p>ESTILOS DE VIDA: Aumento el cuidado de salud, este mercado es muy amplio y no es rentable. Geográficos, las personas de cusco no son mucho de postres son más de comidas tradicionales entre otros</p>	<p>FESTIVIDADES: Es una oportunidad porque influye en las ventas, tiene clientes fieles para los tejidos de virgenitas o aringurum, pero igual, los turistas, por ejemplo en san Valentín, en el día de la madre es un boom, día del padre, Halloween, navidad, cultura. Considera que el turismo si influye, en Cusco es una oportunidad porque atrae a las personas y ellos son sus clientes.</p>	<p>FESTIVIDADES: En fiestas en fechas y meses costumbres baja, las personas viajan, van a los cargos, tanto, pero si en fechas generales no tradicionales las ventas suben, por ejemplo en san Valentín, en el día de la madre es un boom, día del padre, Halloween, navidad, cultura. Considera que el turismo si influye, en Cusco es una oportunidad porque atrae a las personas y ellos son sus clientes.</p>	<p>FESTAS TRADICIONALES: Es una oportunidad pero no es mucho, es ligero en fechas festivas, si aumentan los clientes de gente local y nacional, cultura. Los turistas adoran INTRIA, es una oportunidad para su emprendimiento, porque cuando lo prueban les gusta y se compran para que se lleven a su PAIS, el turismo es una oportunidad grande.</p>
<p>3. Usted cómo considera que influyó el entorno geográfico de la ciudad del Cusco (migración, competencia del mercado, población, segmentación, otros) en la creación, desarrollo y consolidación de su emprendimiento.</p>	<p>Positivo, sus ventas fueron muy buenas y le dio la oportunidad de adelantarse más en temas de marketing y darse a conocer.</p>	<p>EMPLAZAMIENTO GEOGRAFICO: Le condiciona a vender prendas acordes a la ciudad, población, clima.</p> <p>MIGRACION: Positivamente, tiene clientes venezolanos que ella luego adaptarse y aprendió a transformar prendas, a veces los productos no te salen.</p> <p>COMPETENCIA: Es una amenaza porque se tratan por debajo en cuanto a los precios, ella trato de crear una asociación de pasteleras con el fin de unirlos y hacerlas más fuertes pero no tuvo la respuesta adecuada, las mujeres son celosas y muy muy pocas mujeres son amigables (en el rubro), no te tienden la mano, se tiran bate (foto), no es un rubro bonito.</p> <p>ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES: Considera que es positivo porque hay más oportunidades para las personas emprendedoras, existen líderes en mujeres y eso es bueno, le dan facilidades más que barreras.</p> <p>MIGRACION: No fue de gran impacto pero si tiene clientes venezolanos.</p>	<p>EMPLAZAMIENTO GEOGRAFICO: La ubicación de Cusco en la región andina hace que el clima sea frío, cree que es positivo para su emprendimiento porque las personas se agrupan por el frío y hace que compren más ropa, como también es una oportunidad que Cusco tenga su valle y selva porque ahí puede criar más abejas, y también diversificar porque hay bastantes productos y orgánicos.</p> <p>COMPETENCIA: Hay competencia desleal, porque no venden la miel pura, si no ya mezclados, no todos la pierden si existen.</p> <p>MIGRACION: Considera que le afectó negativamente porque empezaron a vender productos no reales o no eran mínimos, generan desconfianza y afecta en la reputación, incluso el peruano mismo hace productos.</p>	<p>EMPLAZAMIENTO GEOGRAFICO: Con respecto al clima climático, Cusco tiene un aspecto cambiante, en las regiones las lluvias son una amenaza y no venden nada, aparte que el sol es bastante fuerte y descolora las prendas cuando sale a ferias.</p> <p>ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES: Hay barreras para ingresar porque te cobran y aparte solo tratan entre conocidas y amigas.</p> <p>COMPETENCIA: La competencia es intratable, se meten con aspectos personales, las tiendas del centro son discriminatorias y algo clasistas.</p> <p>POBLACION: Las personas del Cusco son algo cerrados, aparte que los que viven en la zona urbanea son discriminatorias.</p>	<p>EMPLAZAMIENTO GEOGRAFICO: Es una oportunidad que su negocio esté en Cusco, por la llegada de turistas.</p> <p>ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES: Al iniciar es una oportunidad, para dar a conocer tu producto, aunque te negaban mucho, ahí no ven el valor agregado que tú le das, en un inicio si participó pero en el último año ya no y está más por redes sociales, te ayuda a difundir tus productos.</p> <p>COMPETENCIA: Considera que es una amenaza pero eso le permite mejorar, es un reto, incluso sus trabajadoras la imitan en los productos y estrategias, no puede controlarlas, pero su fuerte es en diversificar sus proveedores.</p> <p>MIGRACION: Positivo porque tiene clientes de otros países.</p>	<p>Positivo, sus ventas fueron muy buenas y le dio la oportunidad de adelantarse más en temas de marketing y darse a conocer.</p>	<p>Muy positivo</p>	<p>COSTUMBRES Y FESTIVIDADES: fiestas tradicionales no influyen.</p> <p>FECHAS FESTIVAS GENERALES: Si influye favorablemente ya que incrementan las ventas (san Valentín, día de la madre, navidad, entre ellas) lo turístico no influye a ella directamente, más sería por el lado de sus clientes que trabajan ahí.</p>	<p>FESTIVIDADES COSTUMBRISTAS: No influye mucho.</p> <p>FECHAS FESTIVAS: Si influyen ya que para cada fecha sacan productos en temático a la temporada como junio, julio, Halloween navidad y eso hace que incrementen las ventas.</p>	<p>FESTIVIDADES: Es una oportunidad porque influye en las ventas, tiene clientes fieles para los tejidos de virgenitas o aringurum, pero igual, los turistas, por ejemplo en san Valentín, en el día de la madre es un boom, día del padre, Halloween, navidad, cultura. Considera que el turismo si influye, en Cusco es una oportunidad porque atrae a las personas y ellos son sus clientes.</p>	<p>EMPLAZAMIENTO GEOGRAFICO: En el valle cuando tiene clima perfecto y es ahí donde tiene su planta de almohorcados, ella luego adaptarse y aprendió a transformar prendas, a veces los productos no te salen.</p> <p>COMPETENCIA: Es una amenaza porque se tratan por debajo en cuanto a los precios, ella trato de crear una asociación de pasteleras con el fin de unirlos y hacerlas más fuertes pero no tuvo la respuesta adecuada, las mujeres son celosas y muy muy pocas mujeres son amigables (en el rubro), no te tienden la mano, se tiran bate (foto), no es un rubro bonito.</p> <p>ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES: Considera que es positivo porque hay más oportunidades para las personas emprendedoras, existen líderes en mujeres y eso es bueno, le dan facilidades más que barreras.</p> <p>MIGRACION: No fue de gran impacto pero si tiene clientes venezolanos.</p>
<p>1. ¿Cómo considera que influyó el entorno tecnológico en el desarrollo y consolidación de su emprendimiento.</p>	<p>Positivo, sus ventas fueron muy buenas y le dio la oportunidad de adelantarse más en temas de marketing y darse a conocer.</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad para poder llegar a más personas, más clientes, la tecnología está favoreciendo bastante, hasta en medios de pago facilita, ni concoces al público, más está automatizado, te obligan a que gires facturas electrónicas.</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad, fue y es muy buena para su emprendimiento, ya que te permite innovar en redes y llegar a más personas, también en los procesos, fue y es muy importante y oportuno.</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad, fue y es muy buena para su emprendimiento, ya que te permite innovar en redes y llegar a más personas, también en los procesos, fue y es muy importante y oportuno.</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad, fue y es muy buena para su emprendimiento, ya que te permite innovar en redes y llegar a más personas, también en los procesos, fue y es muy importante y oportuno.</p>	<p>Positivo, sus ventas fueron muy buenas y le dio la oportunidad de adelantarse más en temas de marketing y darse a conocer.</p>	<p>Muy positivo</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad, fue y es muy buena para su emprendimiento, ya que te permite innovar en redes y llegar a más personas, también en los procesos, fue y es muy importante y oportuno.</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad que le permitió mostrar sus productos y darse a conocer, al igual que la televisión es una ventana para mostrar lo que uno produce.</p> <p>REGISO: Considera que en las redes hay miedo por las estafas, una señora la internet, aunque le gustaría mejorar en redes ya que también implemente los medios de pago.</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad que le permitió mostrar sus productos y darse a conocer, al igual que la televisión es una ventana para mostrar lo que uno produce.</p> <p>REGISO: Considera que en las redes hay miedo por las estafas, una señora la internet, aunque le gustaría mejorar en redes ya que también implemente los medios de pago.</p>	<p>TRANSFORMACION DIGITAL: Es una oportunidad que le permitió mostrar sus productos y darse a conocer, al igual que la televisión es una ventana para mostrar lo que uno produce.</p> <p>REGISO: Considera que en las redes hay miedo por las estafas, una señora la internet, aunque le gustaría mejorar en redes ya que también implemente los medios de pago.</p>
<p>2. ¿Cuál es su opinión respecto a la internet y su incidencia que tuvo en la consolidación de su emprendimiento?</p> <p>1. ¿Cómo respecto a temas ecológico y ambientales, concientes de qué manera vive que el</p>	<p>Positivo, sus ventas fueron muy buenas y le dio la oportunidad de adelantarse más en temas de marketing y darse a conocer.</p>	<p>INTERNET: Es una oportunidad porque permite conectividad, más aún cuando tienes un negocio online, en cuestión de internet tienes muchas personas y hasta influye a tener más información, llega a más personas, así como costos, agiliza procesos, ahora también las redes permiten llegar más a clientes.</p> <p>CONCIENCIA SOCIAL: Le condiciona de ser una amenaza ya que cuesta demasiado, eso significa más inversión, los productos ecológicos requieren costos.</p>	<p>INTERNET: Es una oportunidad porque te permite innovar en redes y llegar a más personas, también en los procesos, fue y es muy importante y oportuno.</p> <p>CONCIENCIA SOCIAL: Le condiciona de ser una amenaza ya que cuesta demasiado, eso significa más inversión, los productos ecológicos requieren costos.</p>	<p>INTERNET: Es la mejor porque les da más oportunidades de venta, es una nueva ventana para llegar a los clientes.</p> <p>RIESGO: Piensa que hay que tener conocimiento de que cosa es real y que tener cuidado con las contraseñas, tarjetas de banco y todo lo digital.</p> <p>CONCIENCIA SOCIAL: Le condiciona de ser una amenaza ya que cuesta demasiado, eso significa más inversión, los productos ecológicos requieren costos.</p>	<p>INTERNET: Es una oportunidad porque te permite innovar en redes y llegar a más personas, también en los procesos, fue y es muy importante y oportuno.</p> <p>CONCIENCIA SOCIAL: Le condiciona de ser una amenaza ya que cuesta demasiado, eso significa más inversión, los productos ecológicos requieren costos.</p>	<p>Positivo, sus ventas fueron muy buenas y le dio la oportunidad de adelantarse más en temas de marketing y darse a conocer.</p>	<p>Muy positivo</p>	<p>INTERNET: Es importante porque permite conectar con el público, dar a conocer el producto.</p> <p>RIESGO: no tuvo inconvenientes con sus redes porque siempre están en comunicación con las chicas de su mismo rubro, por temas de venta a hacer, etc.</p> <p>CONCIENCIA SOCIAL: Si influye, se tratan de buscar materiales amigables con el medio ambiente, usar cosas biodegradables, o reutilizables.</p>	<p>INTERNET: Facilita la interacción y comunicación con sus clientes, además que da a conocer los productos, como también le ayuda a buscar información, estar en las redes.</p> <p>RIESGO EN REDES: Es una amenaza, pero no tuvo problemas con sus redes porque siempre están en comunicación con las chicas de su mismo rubro, por temas de venta a hacer, etc.</p> <p>CONCIENCIA SOCIAL: Si influye, se tratan de buscar materiales amigables con el medio ambiente, usar cosas biodegradables, o reutilizables.</p>	<p>INTERNET: Es una oportunidad, porque llega al mercado eso le permite estar en mercados internacionales, si no sería muy caro y complicado ella es más países, es una oportunidad y esta actualizada gracias a la internet, accede a cursos gratis al internet.</p> <p>RIESGO EN REDES: Existe el tema de estafas, aunque le gusta mejorar en temas de edición y publicidad, no posee mucho tiempo por ser mamá.</p>	<p>INTERNET: Es una oportunidad, porque llega al mercado eso le permite estar en mercados internacionales, si no sería muy caro y complicado ella es más países, es una oportunidad y esta actualizada gracias a la internet, accede a cursos gratis al internet.</p> <p>RIESGO EN REDES: Existe el tema de estafas, aunque le gusta mejorar en temas de edición y publicidad, no posee mucho tiempo por ser mamá.</p>

	entorno social que es más consciente en estos temas influyó en la creación y desarrollo de su emprendimiento?	tal, pero si se adapta. Hasta condicionó a las ferias para que tengan un lugar de second hand o ropa de segunda mano.	piensa que solo es pantalla. Le parece excelente la idea de conciencia social pero no está razonado, más considera que hay preferencias pero si procura que sean reciclables o que no contaminen, que sea cuidadoso con el ambiente, ella es más razonable.	retornable y reciclables, como también te permite condicionar a tus clientes, dándoles descuentos cuando devuelven sus envases, con su emprendimiento influencia y también se ve influenciado.	control de desechos en las emprendedoras, le condiciona a que establezca reglas para generar menos basura. Está incluido en su propio lema y los emprendimientos con quienes trabaja reciclar, tienen cosas que son reciclables en lo más que se pueda. Fomentan la moda circular como ella lo llama.	preocupan, y su emprendimiento está basado en la economía circular con lo second hand.	accesorios y cuenta con productos para adornar su tienda y son amigables con el medio ambiente.	oportunidad Si utiliza envases biodegradables	verduras para hacer composta y entregario a la municipalidad, parte de que empezamos desde nosotros a cuidar el medio ambiente.	porque explica a los clientes el porqué de los envases, aparte de ello en su taller recicla y separa de acuerdo al tipo de desecho. Hay clientes, más que todo los mayores, que no te aceptan o son más reacios con el medio ambiente, porque piensan que el producto se va a malogar.	Le condiciona a ser amigables con el medio ambiente, están en busca de certificarse y mostrarlo al mundo.
	2. ¿Cómo considera la incidencia del cambio climático al momento de la creación y desarrollo de su emprendimiento?	Considera que indirectamente si es parte de ello, sus proveedores que hacen ropa contaminan y ella está en la cadena.	Hay una tendencia a no ser consumista, conciencia social, requiere un análisis real, deberían enfocarse más a reciclar o la elaboración en base de residuos sólidos. En cuestión de ropa no afecta mucho (ni oportunidad ni amenaza)	Considera que si le influye y tiene que adaptarse, ella depende del medio ambiente por las abejas y productos, trabaja con ONGs, es ganar porque a ella también la capacitan en temas ecológicos y reciclaje.	Le condiciona a que sean más cuidadosos, en la tienda no van muchos porque hay cosas importadas y fabricadas en CHINA, pero en cuestión de ferias si son muy amigables.	CAMBIO CLIMATICO: En su rubro es una amenaza, hay mucha calor en la ciudad, descolora las prendas y le genera pérdidas.	CAMBIO CLIMATICO: En su emprendimiento, si le condiciona a ser cuidadosos, en los metales y la energía que usa en su caso reutiliza, nada se bota, hay joyas acumuladas y enseña a niños en diciembre a crear joyas por lo que se recicla.	CAMBIO CLIMATICO, si es una amenaza ya que está influye a los insumos y los costos respectivamente ya que por los fenómenos y la no producción se encarecen los insumos.	CAMBIO CLIMATICO: Si influye, ya que las temporadas condicionan a la preparación y venta de postres y tortas además que se debe tener conciencia de este cambio	CAMBIO CLIMATICO: Le condiciona a adaptarse, esto genera que haya cambios de hábitos, formas vestir y eso influye, utilizan tejidos e innovan.	CAMBIO CLIMATICO: En cuestión de almacenamiento, ella trata de contaminar menos. CAMBIO CLIMATICO: Amenaza ya que todos los insumos que ella adquiere son de agricultores del valle sagrado y a seña, si hay cambios podría incrementar los costos en los insumos.
Preguntas generales para concluir	1. ¿Cómo cree que la globalización incidió en su emprendimiento?	Influye mucho en el tema de las comunicaciones, tendencias al igual que lo social y ecológico pero no incide de manera directa a su emprendimiento.	En algunos aspectos es una oportunidad, en temas de internet por ejemplo, une a los países del mundo y ello genera que haya influencia, porque en Europa hacen las tendencias. De la misma manera en lo social que influye a los estilos de vida, hay otros continentes mientras más ganan tienen más conciencia, pero en nuestro entorno es más el consumismo. Considera que en nuestro medio aún hay pueblos no tan familiarizados con la globalización y son más cerrados.	Piensa que le influye positivamente por la apertura de nuevos mercados al cual puede llegar su emprendimiento.	Considera que si, la globalización es una oportunidad para poder importar o romper fronteras, además que favorece la comunicación y la visibilidad de tendencias.	GLOBALIZACION: Considera que si hay influencia, hay mercados de las cuales puedes importar ropa vintage, es una oportunidad, es una puerta a todos los aspectos, en la cinematografía por ejemplo, se ve influenciada por ello, para ver las prendas o vestidos antiguos.	GLOBALIZACION: Es una oportunidad porque le permite estar en diferentes mercados, y llegar a otros países. También le ayuda porque importa insumos.	GLOBALIZACION: es una oportunidad porque se da a conocer tu emprendimiento, posicionamiento a largo plazo, etc.	GLOBALIZACION: lo ve como oportunidad de comunicación, tecnología, nuevos medios, confianza para las compras por internet	Aparte que hay una tendencia de crear nuevos looks o estilos, la cinematografía en caso de películas que se estrenan y giden tejidos de personas.	Todo influye, en los emprendimientos y en la vida. GLOBALIZACION: Si influye, porque aprendes de otras culturas y hay una interacción de la cultura y eso es bueno, es bueno inter culturalizar.
Preguntas generales para concluir	2. Para usted, cómo veía el entorno más propicio y adecuado para que sus emprendimientos logren alcanzar el éxito y no fracasar al poco tiempo.	Mas depende del mismo emprendedor, que tanto quieras crecer o darte la oportunidad y también de la gestión interna y dedicación que las condiciones del entorno, darle tiempo, dedicación, tener un sueño de convertirse en una empresa. Piensa que en lo político debería mejorar en la estabilidad, para que los emprendedores sigan creciendo, hay incertidumbre en las huelgas y estos generan aumento en los costos, aunque es difícil que se logre la estabilidad pero sería bueno. Quisiera que haya mejor difusión de los programas de capacitación por parte de las entidades públicas y de esa manera mejorar su emprendimiento.	La emprendedora considera que parte más de la gestión interna, los emprendimientos no pueden depender del gobierno y esperar a que te den algo, es imposible, uno mismo genera la oportunidad, buscar, lucharla y en todo, hasta en lo profesional, tiene que estar en ti primero porque si no ni depender de otra persona podrás. Cree que debería implementarse y fomentar más tiendas multimarca sin tener gran inversión en local, agua luz, personal, etc. Por parte del gobierno que se fomente espacios físicos para vender, consolidar y ser estables para poder formalizarse, apoyo en ferias y capacitación en manejo interno del emprendimiento.	Mas depende de un tema interno y personal, ser persistente y resiliente, más allá de algo externo es de lo interno porque puedes superar cualquier cosa externa. Ella quisiera más capacitaciones por en temas de gestión de emprendimientos no centrándose en un solo tema, sean de entidades públicas o privadas. Que los programas sean más inclusivos y no estén dirigidos a un solo sector. Considera que sería adecuado que haya estabilidad política y económica.	Mas parte de lo interno, seguridad y confianza, confiar en los pasos que das, estar segura de ti misma en que vas a lograrlo, llegar a ser sostenible requiere tiempo y esfuerzo ESTABILIDAD POLITICA Y ECONOMICA, las cosas funcionarían mejor si es estable, incluido en los emprendimientos.	Considera que sería mejor con una estabilidad política, falta mejorar bastante en lo político y los representantes, considera que es más un tema mental, hacen leyes a su favor, aparte que las personas están subsistiendo, falta que las personas tomen conciencia en temas políticos.	La emprendedora cree que es más de un tema interno, tienes que armar una base sólida, sobre esa base aunque haya algo en lo externo no podrá destruirte, tener un buen clima laboral con los trabajadores y la competencia, no le da importancia a las malas personas o comentarios porque no le suma, se enfoca más en lo interno, viéndose a ella y no a los costados. En lo externo quisiera que mejore la estabilidad política, es una amenaza porque te destruye y muchas desaparecen, si sería estable sería una ayuda dándole la mano a los emprendedores.	INTERNO: El posicionamiento de su marca EXTERNO: Cambio de mentalidad para hacer la compra local en vez de marcas reconocidas internacionalmente, ya que no promueve el crecimiento de estos ni la calidad que tienen estos, desea que se consuma lo local. POLITICO: un ambiente más estable ya que desfavoreció a todos, además que se brinden capacitaciones de calidad y más abierto a todos ya que este generaría proyectos más grandes.	POLITICO: El gobierno con más acceso a las formalizaciones ya que a veces los tramites son muy burocráticos y engorrosos, implementar programas más abiertos y ofrecer cursos que se adapten a ellos ya que algunos cursos tienen enfoque distinto al caso de ellos, fuera de la realidad, que generen más estabilidad ya que la crisis género que no haya inversiones INTERNO, mas parte de lo interno y en este caso le gustaría delegar a una persona que se encargue del todo para la publicidad y como dijo lo externo no influye mucho a los emprendimientos.	Debería haber más programas para impulsar al emprendedor y microempresarios y más aun de la localidad, hay muchos filtros y requisitos para el acceso, sería bueno dar oportunidad a todos, sino hay respaldo cambian de rubro o desaparecen.	INTERNO: contar con capital, tener dinero porque llegas a un punto en el que vas a necesitarlo para crecer, contar con un socio que tenga dinero, tener personal capto en número y contabilidad. Algunas emprendedoras no tienen una visión, la inversión es muy importante capacitación constante, radica mucho en la constante innovación, la competencia no para porque si tienes capital, podría hacer tu idea y tú te quedas en nada. La inversión y reinversión es importante, lo es todo. EXTERNO: Que no haya inestabilidad política, hay un estancamiento, generan incertidumbre, no hay comercio, no hay prestamos, las personas prefieren tener guardado su dinero, NO CIRCULA LA ECONOMIA.

Observaciones de las Notas de Campo

NOTAS DE CAMPO PARA LA OBSERVACIÓN EN ENTREVISTAS

PRIMERA ETAPA

La presente entrevista tiene el objetivo de obtener información valiosa, enriquecedora y de primera fuente en base a las observaciones percibidas durante la realización de las entrevistas.

1. Los emprendimientos número 3, 4, 7, 8 y 10 son dirigidas por madres de familia, se pudo observar que por tener la condición de ser madres no poseen mucho tiempo, por lo tanto no le dedican mucho tiempo a sus emprendimientos.
2. Se observó que la mayoría de las emprendedoras son personas determinadas y empoderadas, sin embargo, las emprendedoras 5 y 8 aún poseen la mentalidad y arraigo de que siempre tienen la necesidad de recibir apoyo para salir adelante.
3. En la entrevista de la categoría de factores internos, la mayoría de emprendedoras tienen la concepción de que el área de marketing solo abarca redes sociales.

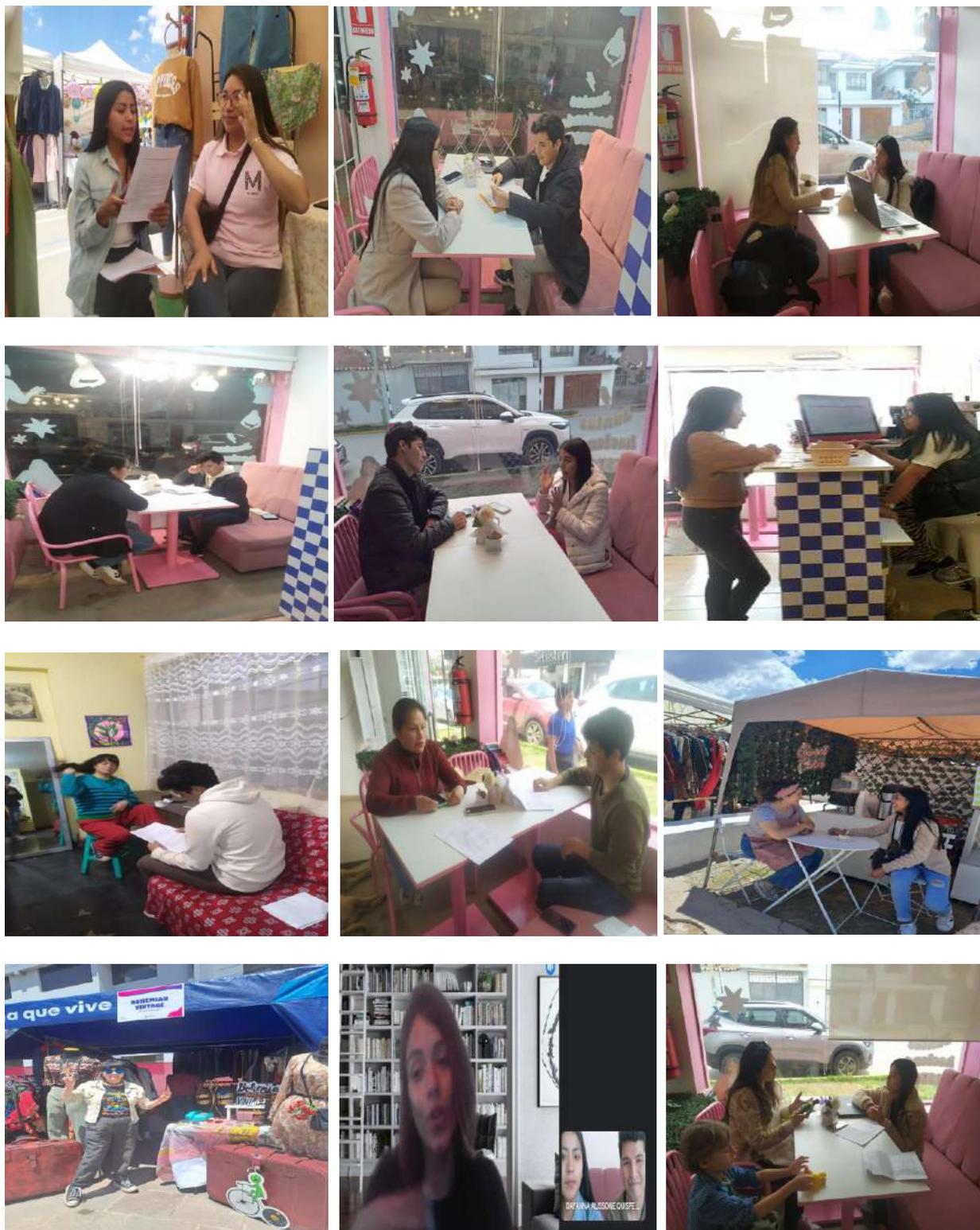
NOTAS DE CAMPO PARA LA OBSERVACIÓN EN ENTREVISTAS

SEGUNDA ETAPA

La presente entrevista tiene el objetivo de obtener información valiosa, enriquecedora y de primera fuente en base a las observaciones percibidas durante la realización de las entrevistas.

1. Se observó que, todas las emprendedoras paraben que el entorno no es su factor determinante para el éxito de los emprendimientos, más depende de la gestión de las áreas internas y la actitud que le ponen en las diferentes situaciones que enfrentan.

Fotografías de las Entrevistas Aplicadas





➤ Actividades de la comunidad Woman Power (Ferias y Foros)

