

Emprendimiento Femenino en Perú 2010-2023¹

Female Entrepreneurship in Peru 2010-2023

Javier Francisco Rueda Galvis², Coral Jacqueline León Huamán³

Artículo recibido el 18 de julio de 2024; artículo aceptado el 23 de septiembre de 2024

Este artículo puede compartirse bajo la [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) y se referencia usando el siguiente formato: Rueda Galvis, J. F., & León Huamán, C. J. (2022). Emprendimiento femenino en Perú 2010-2023. *I+D Revista de Investigaciones*, 19(2), 112-128. <https://doi.org/10.33304/revinv.v19n2-2024010>

Resumen

El presente artículo analiza las condiciones del emprendimiento femenino en Perú durante el periodo de 2010 a 2023, mediante un estudio de carácter exploratorio con enfoque cualitativo y cuantitativo, soportado en una revisión documental de datos estadísticos reportados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y más de 50 fuentes científicas relevantes. Con base en los antecedentes, que señalan que, a pesar del incremento en la participación de las mujeres peruanas en la creación de micronegocios, la tasa de emprendimiento femenino es de las más bajas en Latinoamérica, el objetivo de esta investigación se enfocó en identificar las barreras que limitan este tipo de procesos empresariales. Los principales hallazgos del estudio indican que el 89,6 % de las mujeres emprendedoras peruanas crean micronegocios, poseen 6 veces menos probabilidades de acceder a fuentes de capital, solo el 49,5 % de las peruanas están integradas al sistema financiero y menos del 7,4 % de las emprendedoras tienen educación universitaria. Como conclusión, se destaca la necesidad de formular nuevas políticas públicas inclusivas que fomenten un ecosistema emprendedor equitativo, que elimine estereotipos de género y barreras socioculturales, a través de programas de capacitación con apoyo continuo tanto para mujeres como para hombres en el momento de crear empresa.

Palabras clave: emprendimiento, Perú, brechas de género, liderazgo.

Abstract

This article analyses the conditions of female entrepreneurship in Peru during the period 2010 to 2023 through an exploratory study with a qualitative and quantitative approach, supported by a documentary review of statistical data reported by the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), the National Institute of Statistics and Informatics (INEI) and more than 50 relevant scientific sources. Based on the background information, which indicates that, despite the increase in the participation of Peruvian women in the creation of micro-businesses, the rate of female entrepreneurship is among the lowest in Latin America, the objective of this research focused on identifying the barriers that limit this type of entrepreneurial process. The main findings of the study indicate that 89.6% of Peruvian women entrepreneurs create micro-businesses, they are six times less likely to have access to sources of capital, only 49.5% of Peruvian women are integrated into the financial system and less than 7.4% of women entrepreneurs have a university education. In conclusion, it highlights the need to formulate new inclusive public policies that foster an equitable entrepreneurial ecosystem that eliminates gender stereotypes and socio-cultural barriers, through training programmes with continuous support for both women and men at the time of setting up a business.

¹ Artículo científico de enfoque cualitativo y cuantitativo, resultado de investigación terminada, desarrollado por los grupos de investigación PORTER de la Universidad de Investigación y Desarrollo UDI (Bucaramanga, Colombia) y Administración, Emprendimiento y Medioambiente de la Universidad César Vallejo (Lima, Perú), perteneciente al área de Gestión Empresarial, subárea de Emprendimiento, Fecha de inicio: febrero 2024. Fecha de terminación: agosto 2024.

² Ph. D. en Administración, Universidad Antonio de Nebrija. Grupo de Investigación PORTER, Universidad de Investigación y Desarrollo UDI. (Bucaramanga, Colombia) Dirección: Calle 9 #23-55, PBX: +576076352525. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2795-7844>. Correo electrónico institucional: jrueda31@udi.edu.co. Rol del autor: investigación, metodología y análisis formal.

³ Administradora de Empresas, Universidad César Vallejo, Grupo de Investigación Administración, Emprendimiento y Medioambiente, Universidad César Vallejo (Lima, Perú). Dirección: Av. Alfredo Mendiola 6232, Olivos 15314, PBX: +5112024342. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0420-1577>. Correo electrónico institucional: cleonh@ucvvirtual.edu.pe. Rol del autor: investigación, metodología y análisis formal.

Keywords: entrepreneurship, Peru, gender gaps, leadership.

Introducción

Aunque el emprendimiento femenino es actualmente uno de los temas de mayor relevancia por el significativo aporte que genera al desarrollo socioeconómico de cualquier país, las condiciones, retos y desafíos que deben enfrentar las mujeres para demostrar sus capacidades como emprendedoras y empresarias han mejorado poco en los últimos años. En el caso de Perú, se puede afirmar que el emprendimiento femenino ha experimentado un crecimiento considerable durante la última década, con un mayor número de mujeres que deciden crear nuevos negocios. Sin embargo, también se demuestra que persisten notables diferencias en términos de equidad de género y oportunidades, lo que limita significativamente su rol de emprendedoras debido a los preceptos sociales e impedimentos existentes (Ibarra-Baidón, 2018).

Es por ello que es necesario estructurar un mayor número de estudios analíticos que impulsen la adopción de políticas públicas socioeconómicas, como nuevos esquemas de enseñanza-aprendizaje, que permitan romper los estereotipos de género y fomentar un ecosistema emprendedor basado en la igualdad de condiciones, con el fin de alcanzar un verdadero crecimiento económico y desarrollo sostenible (Orihuela, 2022). En tal sentido, el emprendimiento femenino debe ser un tema prioritario para Perú, dada la imperante necesidad de lograr un mayor desarrollo socioeconómico y generación de empleo, basado en el aporte significativo que representan los proyectos con inclusión y diversidad social, mediante la creación de empresas promovidas por mujeres.

La investigación se llevó a cabo mediante un estudio de carácter exploratorio con enfoque cualitativo y cuantitativo, a partir del análisis de datos estadísticos reportados por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y más de 50 fuentes documentales científicas relevantes sobre la participación de las mujeres en el ámbito empresarial durante la última década. Por ello, esta investigación se estructura en función del objetivo de establecer un análisis del fenómeno del emprendimiento femenino en Perú durante los últimos años. Se identifica, mediante una revisión documental de los estudios más valiosos en el tema, las principales fortalezas y debilidades como información base que sirva de soporte para la formulación de estrategias académicas y gubernamentales que creen un mejor entorno emprendedor.

En función de lo anterior, la pregunta de investigación que plantea este estudio es: ¿cuáles son las principales características del emprendimiento femenino en Perú en el periodo 2010 a 2023? Con base en este cuestionamiento, se analizaron los estudios más representativos y referentes asociados con el emprendimiento femenino en Perú, con el fin de identificar y explicar las principales características y limitaciones de este importante fenómeno.

Por lo tanto, este estudio contribuye a la generación de información relevante que analiza el entorno del emprendimiento femenino en Perú, ofreciendo un panorama integral del mismo durante la década 2010-2023. Sus hallazgos permiten reflexionar sobre la importancia de crear nuevas políticas públicas inclusivas que permitan estructurar un ecosistema emprendedor equitativo, que elimine estereotipos de género y barreras socioculturales a través de programas de capacitación que brinden apoyo continuo tanto a mujeres como a hombres al momento de emprender.

Marco Teórico

El emprendimiento femenino a nivel global

Inicialmente, Ruiz (2014) establece que el emprendimiento se puede definir como la acción de crear o establecer un nuevo proyecto, negocio, empresa u organización con la intención principal de generar beneficios de orden social, económico o ambiental, entre otros. En cuanto al fenómeno denominado como emprendimiento femenino, tanto Ibarra-Baidón (2018) como Orihuela (2022) señalan que está asociado con la formulación, creación y gestión de nuevos negocios o empresas lideradas por mujeres. Todo con el objetivo de generar fuentes de ingreso, bienestar social y empleo, con la firme intención de lograr niveles de independencia económica y reconocimiento social dada su condición de género (Rueda y Ruiz, 2019).

A escala mundial, de acuerdo con el informe sobre emprendimiento femenino del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021/2022), se establece que las mujeres han demostrado un aumento en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA - *Total Entrepreneurial Activity*), que mide el total de iniciativas emprendedoras con menos de tres años y medio de vida (42 meses). Su participación como emprendedoras y empresarias en diversas áreas de la economía alcanza valores de hasta el 33,3 % en regiones como Latinoamérica, así como un 40 % en la

dirección de proyectos empresariales durante las fases iniciales de los negocios (Rueda y Ruiz, 2019).

En los países de bajos ingresos, GEM (2022) igualmente reconoce que el 33 % de las mujeres tienen mayor inclinación a buscar oportunidades para generar ingresos mediante la creación de nuevas empresas, valor que supera notablemente la tasa del 12,9 % de mujeres en naciones con ingresos altos. Esto refleja un mayor espíritu emprendedor y determinación por parte de las mujeres para sobresalir en entornos desafiantes. Como afirma Morales (2023), resulta notable que, pese a las grandes dificultades ocasionadas por la pandemia de COVID-19, cerca del 25 % de las mujeres emprendedoras a nivel mundial apostaron por crear un nuevo negocio durante 2020 y 2021. A esto se suma que el 52 % de los negocios existentes liderados por mujeres planean adoptar nuevas tecnologías para digitalizar sus empresas en los próximos cinco años.

En términos generales, Pando et al. (2022) afirman que, en cuanto a la diversidad de sectores, el 45,9 % de las mujeres emprenden en el mercado local (frente al 36,9 % de los hombres), de los cuales el 56 % se dedican al comercio mayorista o minorista y el 31 % a áreas relacionadas con negocios de salud, educación, servicios sociales y gobierno. Esta variedad de negocios muestra la versatilidad de las mujeres al emprender, pero preocupa que la mayoría son micronegocios con escasos niveles de innovación, dado que el 85 % de ellos no evolucionan hacia pequeñas o medianas empresas (pymes) debido a las limitantes de género (CEPAL, 2022).

En este sentido, GEM (2022) expone que las mujeres emprendedoras enfrentan grandes desafíos asociados con el entorno familiar, dado que el 27 % de ellas señaló que por este tipo de conflictos tuvieron que cerrar su negocio, valor que en América Latina y el Caribe supera el 34 %. A pesar de estas dificultades, el espíritu emprendedor de las mujeres se mantiene en pie, y resulta notable que en Latinoamérica el 40 % expresa el deseo de emprender un nuevo negocio en los próximos cinco años, de las cuales el 70 % afirma que es una alternativa de vida.

Es importante observar que, en América Latina, GEM (2022) establece que el 31,6 % de las mujeres inician sus emprendimientos siendo ellas las únicas empleadas (frente al 23,4 % de los hombres), como respuesta a que el 69 % de ellas emprenden por necesidad, al ser la principal alternativa para generar ingresos ante la incapacidad de obtener empleo (frente al 62 % de los

hombres). Las cifras de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022) indican que la desocupación en mujeres alcanzó en 2021 el 18,9 % (frente al 13,1 % de los hombres), mientras que su autonomía económica se deterioró entre 2019 y 2021, pasando del 26 % de mujeres sin ingresos propios al 27,8 % (frente al 11,2 % a 12,8 % en hombres).

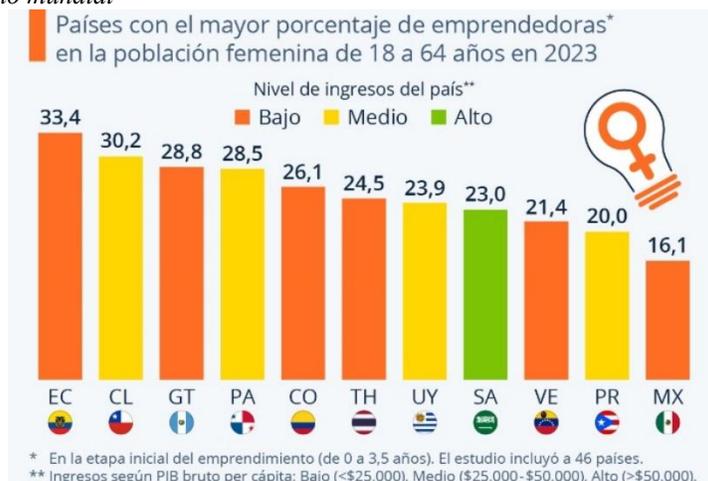
El *United Nations Development Program* (UNDP, 2023) expresa que, aunque emprender a nivel mundial sigue siendo un gran desafío para las mujeres, la tasa de resiliencia de la mujer es del 8,1 % frente al 7,0 % registrado en los hombres, lo que subraya la necesidad de ofrecer mayor apoyo y recursos al emprendimiento. El *Peterson Institute for International Economics* (2021) también evidencia que la iniciativa empresarial femenina desempeña un papel significativo en la generación de empleo, inclusión social e innovación, indicando que el 30 % de los negocios liderados por mujeres logran un 15 % más de rentabilidad frente a los liderados por hombres y vinculan en promedio 1,5 veces más trabajadores.

Por otra parte, *McKinsey & Company* (2020) resalta que, cuando las empresas son lideradas por mujeres, tienen un 36 % más de probabilidades de lograr un rendimiento financiero superior al promedio del sector, condición que se relaciona con una mejor gestión de los recursos productivos. Los estudios de Setini et al. (2020) afirman que, en los países donde se ha apoyado en mayor medida el emprendimiento femenino por parte de los entes gubernamentales, las tasas de pobreza y desigualdad han disminuido en promedio un 0,8 %, mejorando hasta en un 2 % los índices de bienestar social, en especial en niños.

Con base en el estudio del gen emprendedor realizado por Zurich Seguros (2023), se destacan como las principales motivaciones que promueven a las mujeres a emprender: un 38 % lo hace por la pérdida de empleo o incapacidad de encontrar trabajo, un 23 % por el deseo de tener mayor autonomía económica, un 11 % para conciliar su vida personal con la familiar y un 7 % para lograr empoderamiento y autonomía personal. Según el informe GEM (2024), América Latina y el Caribe posee la tasa más alta de actividad empresarial femenina en el mundo, destacando que el 25 % de las mujeres de la región están involucradas en actividades asociadas con la creación de un negocio, pese a ser una de las regiones con mayores desigualdades de género y los impactos que dejó la pandemia (figura 1).

Figura 1

Emprendimiento femenino mundial



Fuente: GEM (2023/2024).

Panorama del emprendimiento femenino en Perú

A nivel local, en Perú, los estudios relacionados con el emprendimiento femenino en términos generales son escasos o demasiado focalizados en pequeñas regiones del país, por lo que principalmente se encuentran análisis del emprendimiento de forma general. En los últimos años, es evidente la escasez de estudios e información que analicen en forma particular la actividad emprendedora de las mujeres peruanas, lo que denota que no existen investigaciones que logren caracterizar su perfil, a pesar del papel importante que desempeñan en la

economía nacional (Velásquez y Portocarrero, 2019; Mendoza et al., 2021).

Según el Ministerio de la Producción (2023), en Perú se estima que existen cerca de 1.300.000 empresas lideradas por mujeres, de las cuales el 93 % corresponde a micronegocios, lo cual permite establecer que el 42,9 % de los emprendedores en el país son mujeres, con una edad promedio de 46 años. En la Tabla 1, se presenta la distribución de Micro y Pequeñas Empresas (MyPes) lideradas por mujeres en las principales regiones del Perú.

Tabla 1

Distribución regional MyPes lideradas por mujeres en Perú

Región	Porcentaje
Lima	16,2 %
Puno	11,3 %
Cuzco	6,5 %
Piura	6,5 %
Junín	5,6 %
Total	46,10 %

Fuente: Ministerio de la Producción (2023).

Con base en datos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG, 2022), en los últimos cinco años se ha registrado un incremento estimado de 87.000 emprendedoras por año, lo que, si bien representa un avance significativo en el papel de la mujer en la economía nacional, no analiza la tasa de fracaso empresarial asociada a este valor, que para el país equivale al 56 % anual, según cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021).

A pesar del incremento en la participación femenina en el ámbito económico y que la tasa de desempleo de

mujeres en la población activa en Perú es en promedio del 4,25 %, según estimaciones del Banco Mundial (2024), todavía existe una carencia de investigaciones y datos específicos acerca de sus condiciones y características como emprendedoras. Velásquez y Portocarrero (2019) mencionan que, a pesar de los avances logrados, aún hay un largo camino por recorrer para establecer una estructura social equitativa en la cual las mujeres tengan las mismas oportunidades y condiciones para emprender, especialmente en sectores que tradicionalmente se asocian a los hombres.

Mendoza et al. (2021), basados en el informe sobre programas de apoyo al emprendimiento femenino de la Alianza del Pacífico (2018), identificaron que en Perú existen diversas variables que describen el comportamiento del emprendimiento femenino, destacando que la probabilidad de emprender está influenciada por la edad de manera positiva, aumentando un 2,7 % por cada año adicional de vida en mujeres en el rango de 18 a 45 años. También se destaca que la participación de las mujeres en emprendimientos con fines sociales es muy significativa, con una probabilidad del 79,6 %. Avolio (2014) reconoce que en Perú las condiciones laborales precarias y la falta de beneficios sociales al trabajo asalariado afectan negativamente la intención de emprender de las mujeres, ya que solo el 39,5 % son asalariadas (frente al 52,3 % en hombres).

Por otro lado, el INEI (2021) indica que en Perú las mujeres más jóvenes, con opciones limitadas de acceder al empleo, tienen mayor probabilidad de emprender (38 %), mientras que aquellas con carreras técnicas o profesionales consolidadas poseen la menor intención (15,3 %), ya que solo lo harán si encuentran condiciones insatisfactorias en el desarrollo de un empleo. En este sentido, León y Huari (2014) encontraron que a medida que aumenta el nivel educativo formal y los ingresos familiares per cápita, la probabilidad de que la mujer emprenda disminuye significativamente, ya que un mayor nivel de educación les brinda más oportunidades de encontrar un empleo formal y estable, reduciendo la necesidad de emprender para generar ingresos.

Frente a este aspecto, GEM (2017) analizó que el 46 % de los hombres emprendedores tienen al menos estudios de orden superior a nivel técnico o universitario, mientras que sus pares mujeres solo alcanzan el 32 %. Esta información es coherente con el hecho de que en Perú existe una marcada desigualdad frente a las responsabilidades laborales y domésticas entre hombres y mujeres, dado que ellas dedican un 28 % más de tiempo a actividades no remuneradas asociadas con el cuidado de otros y las labores del hogar, lo que complica aún más los procesos de emprendimiento.

Esto significa que las mujeres peruanas trabajan en promedio 9,6 horas más por semana que los hombres, mientras que el tiempo dedicado a las labores domésticas no remuneradas es de 39,5 horas semanales, en comparación con las 16 horas que dedican los hombres (INEI, 2018). El informe GEM (2022) destaca que en Perú el emprendimiento femenino está fuertemente influenciado por la figura materna, como parte del compromiso de asumir la responsabilidad de generar ingresos para el hogar, perspectiva que contribuye a crear fuertes desigualdades de género. Cabe destacar que las mujeres sin hijos perciben hasta un 16 % más de ingresos que aquellas que tienen hijos, lo que denota que la

maternidad es un limitante importante para el emprendimiento.

Igualmente, se señala que en las áreas urbanas de Perú son notables los marcados estereotipos de género que asignan roles de vida específicos a hombres y mujeres, lo cual restringe la participación de las mujeres en procesos emprendedores y actividades productivas, limitando su perfil generalmente a ser madres y amas de casa. En consecuencia, como señala el informe sobre brechas de género del INEI (2022), en 2021 el 89,6 % de las mujeres emprendedoras peruanas se concentraron en micronegocios en los sectores de servicios (36,4 %), comercio (27,5 %), agricultura (25,7 %) y manufactura (8,1 %).

A pesar de que Mendoza et al. (2021) indican que en 2021 el 49,5 % de las mujeres peruanas participaron en el sistema financiero formal, el acceso a crédito y capital semilla para emprender es seis veces menor que para los hombres, lo que refleja fuertes disparidades en cuanto al acceso a financiamiento. Las mujeres emprendedoras entre 18 y 29 años, y entre 50 y 59 años, son quienes tienen menos probabilidades de obtener capital para sus negocios (INEI, 2022).

Sumado a lo anterior, GEM (2022) resalta que la tasa de cierre de negocios durante la pandemia fue más alta en las mujeres que en los hombres (38,7 % vs. 8 %), hecho que contrasta con el dato de que son ellas quienes tienen mayor intención de iniciar un negocio en los próximos 12 meses, con una relación de 2 de cada 5. Con base en los informes del INEI (2021), que analizan la evolución de los indicadores de empleo e ingreso, se establece que las mujeres trabajadoras independientes representan el 56,5 % frente al 43,5 % de los hombres, de las cuales el 61 % se ubican en áreas rurales y el 39 % en zonas urbanas. Esta situación evidencia la falta de oportunidades y la inequidad de género, dado que las mujeres enfrentan una mayor vulnerabilidad y se consideran en condiciones de pobreza vulnerable debido al acceso restringido a los sistemas de protección social (ENAHO, 2022).

A nivel educativo, el 41 % de las mujeres emprendedoras peruanas tiene algún nivel de educación primaria, el 39,8 % educación secundaria, el 11,7 % educación técnica y el 7,4 % educación universitaria. Este perfil limita significativamente el acceso a fuentes de financiamiento, ya que menos del 32 % de las mujeres que emprenden logran obtener recursos económicos del sistema financiero, lo que se suma al hecho de que, en términos de recursos tecnológicos, solo el 36,3 % de las mujeres cuentan con acceso a Internet y herramientas TIC.

En relación con las condiciones y el lugar, el 34,7 % de las mujeres emprendedoras en Perú desarrollan su negocio desde su vivienda familiar, mientras que el 20,5 % lo hacen sin un lugar específico, como vendedoras

ambulantes; el 11,1 % en un local en su vivienda, el 8,9 % en un local comercial independiente y el 6,7 % a domicilio (INEI, 2017). En definitiva, en la Tabla 2 se presenta una visión detallada de las diferencias de género en el entorno emprendedor en Perú, con el fin de establecer tendencias que influyen en el desarrollo de oportunidades y en la creación de nuevos negocios.

Aranibar et al. (2022) señalan que, a pesar de la alta resiliencia y las capacidades de liderazgo que tienen las

mujeres en Perú para llevar a cabo procesos de emprendimiento, las complejidades del entorno generan diferentes factores limitantes que afectan en gran medida el acceso a programas de capacitación, fuentes de financiamiento, tecnología y escalamiento del negocio. Blanco et al. (2016) identifican como factor limitante a nivel personal la percepción que las mujeres tienen de sí mismas en función de su rol económico y social, aspecto que se refleja en los bajos niveles de formación y desarrollo laboral.

Tabla 2
Características del emprendimiento en Perú

Nivel educativo		
Nivel	Hombres	Mujeres
Primaria	32,0%	41,0%
Secundaria	46,1%	39,8%
Técnica	11,9%	11,7%
Superior	10,0%	7,4%
Actividad del negocio		
Sector	Hombres	Mujeres
Comercio	41,4%	13,1%
Agricultura, Pesca y Minería	40,3%	17,3%
Manufactura	6,0%	10,0%
Construcción	6,6%	0,0%
Acceso al sistema financiero	25,1%	31,1%
Internet y TICs	39,7%	36,3%
Ubicación del negocio		
Lugar	Hombres	Mujeres
Dentro de la vivienda	10,2%	34,7%
Ambulante	9,9%	20,5%
Taller comercial, dentro de vivienda	0,0%	11,1%
Taller, local o tienda	10,5%	8,9%
En vehículo de mercadería	36,1%	0,0%
A domicilio	17,2%	6,7%

Fuente: los autores con base en INEI (2021).

Como resalta GEM (2022), la cultura social peruana establece, en muchos de sus entornos urbanos y rurales, que las mujeres desempeñen principalmente el papel de madres y amas de casa, lo que limita su espíritu emprendedor. Este modelo de vida familiar y laboral, sumado a la presencia de violencia de género, revela una marcada desigualdad en la distribución de responsabilidades en el hogar y el trabajo. Esta situación se refleja en bajos niveles de educación y capacitación empresarial, lo que genera estándares de calidad de vida y desarrollo socioeconómico menores para las mujeres en comparación con los hombres (León & Huari, 2014).

Peralta y Olivarría (2022) expresan que esta desigualdad de condiciones, junto con la falta de oportunidades y la violencia familiar, constituye el mayor desafío para

equilibrar el rol de la mujer, limitándola a ejercer trabajos no remunerados o a gestionar negocios con escaso apoyo. En la actualidad, Perú no ofrece un ecosistema emprendedor adecuado para las mujeres, ya que los programas de formación y las estrategias para reducir las brechas de género y los niveles de violencia emocional, física y económica son insuficientes.

Este panorama es respaldado por datos del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP, 2018), que afirman que la violencia contra las mujeres es una de las formas más graves de discriminación, afectando negativamente el desarrollo sostenible del hogar y las comunidades, y provocando una pérdida económica equivalente al 3,5 % del PBI.

En esta línea, Ochoa (2004) y Fernández (2023) indican que los niveles de apoyo al liderazgo de la mujer, así como a la inversión y el capital social, son bajos en Perú. Las políticas gubernamentales, calificadas como insuficientes, no promueven de manera adecuada el emprendimiento femenino. Esto es subrayado por el Gender Social Norms Index (GSNI, 2023), que revela que, en la última década, persisten niveles preocupantes de prejuicios contra la mujer: 9 de cada 10 personas mantienen sesgos discriminatorios y más del 50 % de los encuestados cree que los hombres son más aptos que las mujeres para liderar en política y negocios.

Otro de los mayores obstáculos para el emprendimiento femenino en Perú es el entorno económico, caracterizado por las trabas burocráticas y administrativas que dificultan la obtención de recursos de capital semilla e inversión. Muchas mujeres recurren a préstamos informales con altas tasas de interés o a entidades financieras que imponen trámites complejos y elevados costos (Blanco et al., 2016). El género, la edad, los estigmas sociales y la falta de historial crediticio son las principales limitantes para acceder a financiamiento, lo que, sumado a la escasez de programas gubernamentales de apoyo, desalienta la creación de empresas (Perales, 2021).

Estas barreras dificultan que las mujeres accedan a oportunidades de emprendimiento y asuman roles de liderazgo en el ámbito empresarial, especialmente cuando las responsabilidades domésticas recaen de forma desproporcionada en ellas, lo que limita su tiempo y energía para gestionar un negocio (CEPAL, 2022). La escasez de modelos de liderazgo femenino y la falta de referentes empresariales exitosos constituyen un obstáculo adicional para que las mujeres peruanas se visualicen como posibles emprendedoras (Rubert, 2023).

Sandoval (2023) señala que las mujeres peruanas enfrentan discriminación y estereotipos de género que dificultan su acceso al mundo empresarial. Estos prejuicios sociales reducen sus probabilidades de recibir apoyo financiero por parte de la familia, el Estado y la banca formal, al considerarlas menos capaces y rentables que los hombres en la gestión de proyectos empresariales. Por su parte, Rubert (2023) destaca que las barreras culturales y sociales limitan el acceso al crédito de fomento y a programas de emprendimiento, especialmente en sectores dominados por hombres, restringiendo las posibilidades de obtener préstamos y capital semilla para sus negocios.

Un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2021) revela que de cada 100 mujeres emprendedoras que solicitan capital, solo 1 accede a él, mientras que en el caso de los hombres, 7 lo consiguen. En América Latina, la sociedad aún está influenciada por

roles de género tradicionales, que imponen expectativas preestablecidas sobre el papel de las mujeres en el hogar, la economía y la comunidad, producto de una arraigada cultura machista presente en los ámbitos social, económico, laboral y académico (Pérez y Silva, 2017).

Sin embargo, también se identifican condiciones personales que favorecen el emprendimiento femenino en Perú, tales como la capacidad de resiliencia, innovación y liderazgo, que permiten generar ideas de negocio creativas, especialmente en el ámbito social, ofreciendo soluciones novedosas e inclusivas a problemas ambientales, socioeconómicos, educativos y de salud (Sanagustín-Fons et al., 2020).

La mujer peruana demuestra una notable capacidad y motivación para superar obstáculos, adaptándose rápidamente a los desafíos con gran resiliencia en la búsqueda de sus objetivos personales, familiares y de liderazgo. Rodríguez et al. (2016) y Rueda y Ruiz (2019) destacan que poseen habilidades emprendedoras clave, como la capacidad de motivar equipos de trabajo, tomar decisiones estratégicas y establecer una visión a largo plazo, además de mantener relaciones sólidas con clientes, proveedores y empleados mediante una comunicación persuasiva de sus objetivos.

En relación con las condiciones y el lugar, el 34,7 % de las mujeres emprendedoras en Perú desarrollan su negocio desde su vivienda familiar, mientras que el 20,5 % lo hacen sin un lugar específico, como vendedoras ambulantes; el 11,1 % en un local en su vivienda, el 8,9 % en un local comercial independiente y el 6,7 % a domicilio (INEI, 2017). En definitiva, en la Tabla 2 se presenta una visión detallada de las diferencias de género en el entorno emprendedor en Perú, con el fin de establecer tendencias que influyan en el desarrollo de oportunidades y la creación de nuevos negocios.

Aranibar et al. (2022) señalan que, a pesar de la alta resiliencia y las capacidades de liderazgo que poseen las mujeres en Perú para llevar a cabo procesos de emprendimiento, las complejidades del entorno generan diversos factores limitantes que afectan significativamente el acceso a programas de capacitación, fuentes de financiamiento, tecnología y escalamiento del negocio. Blanco et al. (2016) identifican como factor limitante a nivel personal la percepción que las mujeres tienen de sí mismas en función de su rol económico y social, aspecto que se refleja en los bajos niveles de formación y desarrollo laboral.

En el caso de las mujeres que han emprendido un nuevo negocio, destaca que el primer apoyo financiero proviene de la familia, como un factor motivacional para romper estereotipos de género y lograr independencia económica, con la posibilidad de trabajar desde casa o cerca de sus seres queridos. Además, convertirse en

empresaria permite, especialmente a las mujeres que son madres cabeza de hogar, tener horarios y actividades más flexibles, lo que facilita gestionar su tiempo entre las responsabilidades familiares y laborales, y representa mayores posibilidades de crecimiento personal, económico y profesional frente a las opciones del mercado laboral (Morales, 2023).

Según los datos de GEM (2022), otro factor que influye positivamente en el proceso de emprendimiento femenino en Perú es tener familiares cercanos que hayan llevado a cabo iniciativas emprendedoras o posean empresas, lo cual constituye un respaldo para el progreso o la expansión de un micro o pequeño negocio. Román et al. (2022) afirman que los hijos de padres emprendedores suelen mostrar disposición a sucederlos, debido a compromisos afectivos, normativos y el rol parental, lo que favorece la participación familiar en los emprendimientos a lo largo de varias generaciones.

Al respecto, Paredes (2022) señala que observar a los padres en roles de emprendedores o empresarios, relatar anécdotas y asignar a los hijos tareas acordes a su desarrollo, fomenta el espíritu emprendedor, la independencia y una mentalidad de gestor exitoso. Aunque son escasos los programas gubernamentales, redes de contacto y procesos educativos para el emprendimiento femenino en Perú, destaca el Programa Nacional para la Mujer Emprendedora (PRONAME), lanzado por el MIMP (2022). Esta iniciativa promueve el emprendimiento femenino y la recuperación económica tras la pandemia, permitiendo que las mujeres presenten iniciativas empresariales y accedan a programas de capacitación, herramientas digitales, redes de contacto y financiamiento mediante créditos blandos o condonables.

Se reconoce que ya existen esfuerzos por establecer un enfoque cultural sobre el emprendimiento femenino, que cada vez valora más las capacidades de liderazgo e innovación de las mujeres. Por ello, la formación de redes de apoyo es esencial para brindar oportunidades y superar las limitaciones socioculturales existentes. Es necesario fomentar más redes y organizaciones en Perú que respalden el emprendimiento femenino mediante programas de capacitación, mentoría y alianzas estratégicas, elementos fundamentales para impulsar la creación de nuevos negocios y garantizar su sostenibilidad (Aranibar et al., 2022).

También es posible encontrar entidades no gubernamentales que brindan capacitación y apoyo financiero a las mujeres emprendedoras. Entre ellas destaca la Red Nacional de Mujeres Emprendedoras y Empresarias del Perú (RedMep), que tiene como objetivo reducir la violencia contra las mujeres mediante el fortalecimiento de su empoderamiento, independencia económica y creación de empresas sostenibles. Otro

ejemplo es el programa Peppermint Women, que ofrece un esquema de apoyo intensivo y acelerado a mujeres con proyectos innovadores, proporcionando asistencia en todo el proceso de creación, lanzamiento y consolidación de ideas de negocio (Portugal & Boyer, 2019).

Entre los esfuerzos más relevantes también se encuentra la organización Manuela Ramos, dedicada a promover y salvaguardar la autonomía de las mujeres, así como el programa CrediMujer (2021), cuyo propósito es facilitar el acceso a crédito y proporcionar recursos financieros a las emprendedoras. Este tipo de iniciativas, al igual que las promovidas por la Asociación Civil Pukllasunchis en Cuzco, merecen reconocimiento por su compromiso con el emprendimiento social y su contribución a mejorar las condiciones de vida de las mujeres emprendedoras en Perú (MIMP, 2022).

Es importante destacar que las mujeres peruanas tienen un perfil emprendedor marcado, especialmente en la creación de negocios de carácter social, a través de los cuales plantean soluciones innovadoras a las necesidades de la comunidad o de las poblaciones más vulnerables, que han recibido poca atención por parte del Estado. Estos proyectos empresariales son liderados por mujeres que, a partir de sus experiencias de vida, identifican de manera única las problemáticas sociales, creando emprendimientos basados en la empatía comunitaria, la economía solidaria, el trabajo en equipo y las relaciones significativas (Chávez, 2019).

En definitiva, las escasas fuentes de empleo, tanto en zonas rurales como urbanas, el limitado acceso a financiamiento, la discriminación de género y el entorno sociocultural constituyen los principales obstáculos que enfrentan las mujeres peruanas al emprender o mejorar sus negocios actuales. Fomentar escenarios que promuevan la participación de la mujer emprendedora en el ámbito nacional es fundamental, ya que los nuevos negocios no solo generan ingresos para las familias, sino que también contribuyen significativamente a la economía nacional. Por ello, es imprescindible continuar impulsando políticas públicas

Metodología

La presente investigación se desarrolló mediante un estudio exploratorio con un enfoque mixto, que combinó análisis cualitativos y cuantitativos. El estudio se sustentó en una revisión documental exhaustiva que abarcó más de 50 documentos científicos, entre artículos, tesis doctorales, estudios sectoriales e informes técnicos relevantes sobre el emprendimiento femenino en Perú durante el periodo 2010-2023. Esta metodología fue seleccionada por su idoneidad para proporcionar un análisis profundo del fenómeno, con especial énfasis en

la identificación de las fortalezas y debilidades del ecosistema emprendedor femenino en Perú.

La primera etapa consistió en la recopilación de datos teóricos y técnicos que permitieron llevar a cabo una reflexión crítica sobre la participación de las mujeres peruanas en los procesos de emprendimiento. A lo largo del proceso, se evaluaron las tendencias y la evolución del emprendimiento femenino, prestando especial atención a las variables más influyentes, como la edad, el nivel de educación, los factores sociales y culturales, y el acceso a recursos financieros. De esta manera, se logró identificar aquellos elementos que promueven o limitan la participación efectiva de las mujeres en la creación de nuevas empresas.

Es importante señalar que el estudio incorporó un contraste crítico mediante la revisión de programas de apoyo empresarial, el papel de las instituciones financieras y las políticas públicas del gobierno peruano, con especial énfasis en cómo estos agentes contribuyen a la reducción de la brecha de género y a la promoción de la igualdad de oportunidades para emprender. La

Ecuación 1

Ecuaciones de búsqueda

Ecuación de búsqueda	Base de datos
("emprendimiento femenino Latinoamérica" OR "emprendimiento femenino Perú" OR "emprendimiento Perú")	Springer Link, Google academic, Scopus, Web of Science WOS.

Fuente: Los autores.

Resultados

A partir del análisis de los resultados, los hallazgos más relevantes de este estudio establecen que en Perú existen marcadas limitaciones socioculturales para las mujeres emprendedoras. Por esto, el 89,6 % de ellas crean micronegocios de orden familiar en sectores como servicios (36,4 %), comercio (27,5 %), agricultura (25,7 %) y manufactura (8,1 %), los cuales difícilmente logran escalar a pequeñas o medianas empresas debido a la falta de apoyo gubernamental. Otro factor que influye en este resultado es que la distribución de roles domésticos es totalmente desproporcionada para las mujeres peruanas, ya que dedican 9,6 horas más por semana a tareas no remuneradas que los hombres.

En cuanto al acceso a fuentes de financiamiento, la mujer peruana tiene seis veces menos probabilidades de obtener capital para sus emprendimientos en comparación con los hombres. Solo el 32 % de las emprendedoras logran acceder a recursos financieros formales, siendo las más

coherencia entre las fuentes y los objetivos del estudio se consolidó mediante un proceso riguroso de selección de documentos, utilizando bases de datos académicas como Springer Link, Google Académico, Scopus y Web of Science (WOS), junto con informes de organismos oficiales. Estos documentos están representados en artículos científicos, estudios técnicos y tesis doctorales relacionadas con la temática de estudio, los cuales se analizaron mediante la ecuación de búsqueda presentada en la Ecuación 1.

Finalmente, los resultados obtenidos a través del análisis documental se compararon críticamente con estudios previos, lo que permitió identificar vacíos en la literatura y oportunidades para formular estrategias efectivas que promuevan un ecosistema emprendedor más equitativo. Este enfoque crítico asegura que las conclusiones no se basen únicamente en la recopilación de datos, sino que también ofrezcan un valor añadido mediante un análisis propositivo de las implicaciones prácticas de las políticas públicas y programas de fomento examinados.

afectadas las mujeres entre 18 y 29 años (48,5 %) y entre 50 y 59 años (64,3 %).

Con respecto a la condición de género, los análisis establecen que las mujeres en Perú dedican un 28 % más de tiempo que los hombres a actividades no remuneradas. Además, el 34,7 % de las mujeres emprenden desde su hogar, de las cuales el 27 % afirma haber cerrado sus negocios debido a conflictos familiares y al poco apoyo de sus parejas para compartir responsabilidades domésticas.

Asimismo, el estudio identificó que solo el 49,5 % de las mujeres peruanas están integradas al sistema financiero. Si bien existen programas gubernamentales que apoyan los procesos de emprendimiento, el acceso a estos es limitado por la falta de capacitación previa, por lo que solo el 30,4 % de las emprendedoras logran acceder a ellos en áreas urbanas y menos del 12,2 % en zonas rurales.

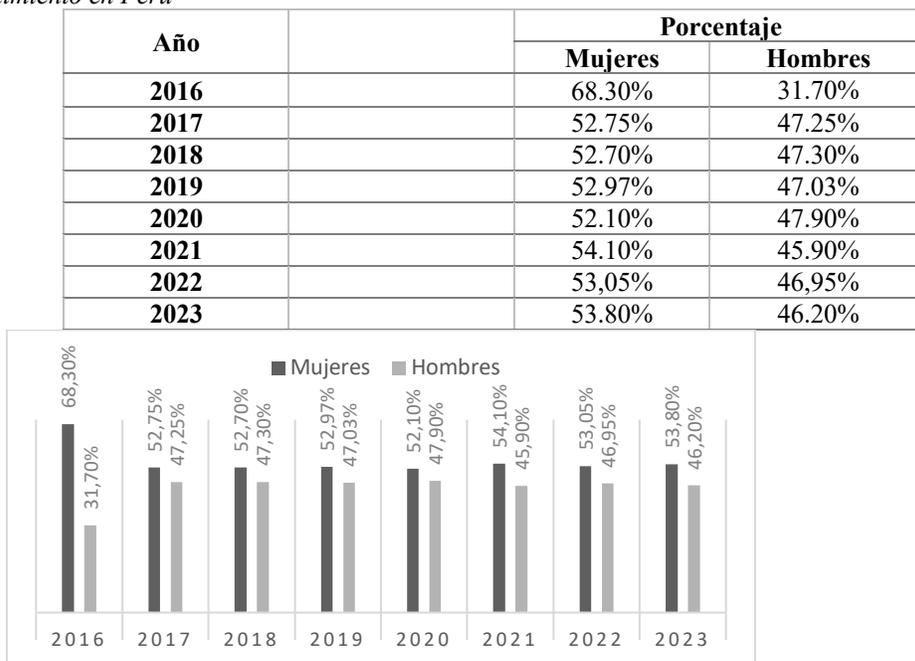
Otro de los hallazgos importantes es que, a pesar de estas limitaciones, el 70 % de las mujeres emprendedoras en

Latinoamérica (incluyendo Perú) considera que emprender es su mejor alternativa de vida. Cabe destacar que el 25 % de las mujeres peruanas afectadas por la pandemia iniciaron un nuevo negocio después de 2020. El estudio también muestra que el 52 % de los negocios liderados por mujeres planean adoptar nuevas tecnologías antes de cinco años.

Uno de los resultados más preocupantes es el bajo porcentaje de mujeres con educación universitaria que emprenden, que asciende a tan solo un 7,4 %. Esta

situación representa un factor adicional que limita el acceso a recursos y fuentes de financiamiento. Un aspecto relevante del estudio es que el emprendimiento femenino en Perú durante los últimos siete años (2017-2023) se ha mantenido relativamente estable en términos de comparación de género, incluso con una leve disminución en los emprendimientos masculinos, que promediaron un 46,93 %, mientras que los emprendimientos femeninos alcanzaron un 53,07 % (Tabla 3).

Tabla 3
Evolución del emprendimiento en Perú



Igualmente, los resultados establecen que, para 2023, la población peruana de mujeres era mayoritaria, con 17 millones (50,4 %) frente a 16,7 millones de hombres (49,6 %), según los reportes del INEI (2024). Sin embargo, este hecho no ha reducido los niveles de desigualdad de género, dado que el emprendimiento femenino sigue siendo bajo, con solo un 25 % de mujeres involucradas en actividades de creación de empresas, como corroboran el MIMP (2022) y Radio Programas del Perú (RPP, 2021).

A partir de estos análisis, a continuación se presentan con mayor detalle los principales factores limitantes del emprendimiento femenino identificados en Perú (Tabla 4).

Tabla 4
Limitantes del emprendimiento femenino en Perú

Factor	Descripción
Personales	Percepción negativa de sí mismas en términos de capacidades para emprender.
	Bajo interés en participar en programas de formación para emprender.
	Poca experiencia laboral.
	Predisposición al rol de ser empleadas, madres o amas de casa.
	Desigualdad en la distribución de tareas domésticas y laborales.

Familiares	Violencia familiar
	Poco apoyo familiar para desarrollar capacidades y espíritu emprendedor
Sociales	Resistencia social al liderazgo femenino Marcados prejuicios de género frente al rol de la mujer.
	Baja inversión para apoyar el emprendimiento femenino y escasos recursos para capital social.
Económicos	Trabas burocráticas para financiar proyectos femeninos por falta de historial crediticio, edad, raza y otros estigmas sociales.
	Escaso número de programas con recursos económicos y de capital para el emprendimiento femenino.
Culturales	Poco respaldo gubernamental para acceso a créditos de fomento y recursos de apoyo al emprendimiento femenino en la mayoría de los sectores.
	Roles tradicionales, discriminación y estereotipos de género para la mujer en el mundo empresarial.
	Separación de roles laborales y de género limitados en gran medida al hogar o al cuidado familiar no remunerado con desproporción de responsabilidades. Prejuicios y estereotipos de género a las mujeres frente a sus capacidades empresariales y gestión de recursos.

Si bien los emprendimientos femeninos en Perú representan el 42,9 % (GEM, 2022), es importante precisar que en su mayoría corresponden a microempresas, con un promedio de 1,5 empleados. A pesar de que las mujeres peruanas destacan por su capacidad creativa para generar ideas de negocio, aún no han recibido el apoyo necesario desde los ámbitos

gubernamental, empresarial y académico. De impulsarse estos componentes de manera adecuada e inclusiva, se podrían reducir significativamente los niveles de desigualdad y favorecer el desarrollo socioeconómico a nivel nacional, aprovechando los factores que promueven el emprendimiento femenino en el país (Tabla 5).

Tabla 5

Factores que favorecen el emprendimiento femenino en Perú

Factores	Descripción
Personales	Gran capacidad para generar ideas creativas y soluciones innovadoras, especialmente en función del ámbito de proyectos sociales o comunitarios.
	Alto nivel de habilidades y capacidades para ejercer procesos de liderazgo efectivo para motivar y guiar a equipos de trabajo.
	Alto deseo y motivación por aprender e integrarse a programas educativos como de formación y capacitación empresarial.
Familiares	Adaptación flexible entre los horarios laborales y las actividades propias del hogar.
Sociales	Nuevos programas que incentivan desde lo gubernamental y empresarial, así como procesos de emprendimiento femenino e independencia económica.
	Gran capacidad de crear redes profesionales de apoyo como de organizaciones sociales para el emprendimiento femenino.
	Facilidad de acceso a las fuentes de información gubernamental actualizada para la generación de ideas y negocios.
	Nuevos servicios de apoyo a la mujer e iniciativas estatales para el desarrollo educativo.
Económicos	Nuevas iniciativas de apoyo para la mujer en la creación de nuevos negocios a través de microcréditos o recursos de financiamiento de ONG y gobierno local.
	Incentivos y subsidios fiscales para mujeres emprendedoras que fomente el desarrollo económico y social de las regiones.
Culturales	Nuevas actitudes de pensamiento por parte de las nuevas generaciones frente a emprender Cambios de la mentalidad machista y el rol de la mujer en la sociedad.
	Mayores niveles de colaboración y apoyo entre las mujeres emprendedoras a través de redes sociales.
	Cambios culturales que dan nuevo reconocimiento al rol de las mujeres emprendedoras y empresarias, destacando el valor de ser una mujer exitosa con modelos a seguir

Discusión

Resulta evidente que en Perú persisten grandes limitaciones para el desarrollo del emprendimiento femenino, dadas las múltiples barreras que van más allá del acceso a fuentes financieras. Estos obstáculos se combinan con factores personales, familiares, sociales, económicos y culturales que reducen significativamente las posibilidades de que las mujeres puedan formular y liderar proyectos emprendedores.

De acuerdo con el análisis documental argumentativo, los estudios de Ruiz (2014), Ibarra-Baidón (2018) y Orihuela (2022) coinciden con los resultados de este estudio en que el emprendimiento femenino, en cualquier contexto nacional, contribuye al desarrollo local y mejora significativamente la economía. Por ello, promover un ecosistema que impulse el emprendimiento sin discriminación de género en Perú es una necesidad urgente para incrementar los bajos índices de desarrollo socioeconómico y el PIB regional.

Según Avolio (2014), INEI (2023) y Vera et al. (2023), la desigualdad en la distribución de roles y responsabilidades domésticas que asumen las mujeres limita su mentalidad emprendedora, situación que también se valida en este estudio. La falta de apoyo familiar y los estigmas socioculturales amplían las brechas de género, generando que el país desaproveche importantes factores de desarrollo socioeconómico asociados con las capacidades creativas, innovadoras y de liderazgo de las mujeres peruanas. Es necesario reflexionar sobre la creación de nuevas iniciativas gubernamentales que generen un ecosistema emprendedor más inclusivo y equitativo, con acceso real a programas y recursos para emprender.

Es fundamental promover la creación de políticas públicas, tanto locales como nacionales, que de manera inclusiva fomenten la igualdad de oportunidades y eliminen las barreras que enfrentan las mujeres emprendedoras en Perú. Estudiar y comprender en profundidad el fenómeno del emprendimiento femenino permite diseñar programas efectivos que promuevan mayores niveles de empoderamiento económico para las mujeres.

El emprendimiento femenino en Perú requiere cambios significativos desde diversas líneas de acción que fortalezcan las capacidades y habilidades de las mujeres para crear empresa. Por ello, se formulan las siguientes propuestas.

Programas educativos y de formación

Es necesario diseñar programas educativos, talleres extracurriculares, actividades prácticas y conversatorios

enfocados en fomentar el espíritu empresarial en mujeres y hombres desde edades tempranas. Estos programas inclusivos, especialmente dirigidos a niñas y mujeres tanto en áreas rurales como urbanas, deben estructurarse como políticas de Estado para el desarrollo socioeconómico e integrarse en los planes de gobierno a nivel local y nacional.

Desde los colegios y las instituciones académicas, es importante un trabajo colaborativo con el Ministerio de Educación, para incorporar en los programas curriculares un enfoque transversal que garantice capacitación y recursos tanto para los estudiantes como para los docentes, fomentando el espíritu emprendedor de manera efectiva.

Es crucial desarrollar habilidades emprendedoras y de liderazgo en las mujeres desde el nivel secundario y técnico-profesional, involucrándolas en actividades que promuevan la equidad de género, la innovación y la resolución de problemas sociales y económicos. Para lograrlo, los programas educativos deben incluir componentes curriculares enfocados en el desarrollo creativo y la identificación de problemas del entorno para generar posibles ideas de negocio.

Además, es esencial incorporar contenidos sobre gestión empresarial, enseñando a elaborar planes de negocio basados en el análisis de mercado, complementados con educación financiera y sostenibilidad empresarial desde un enfoque social, económico y ambiental. Un método eficaz para alcanzar estos objetivos es a través de semilleros de emprendimiento conformados por equipos interdisciplinarios, acompañados por mentorías lideradas por mujeres emprendedoras que sirvan como modelos a seguir.

Desarrollar el espíritu emprendedor y una mentalidad empresarial no es sencillo, pero mediante talleres enfocados en creatividad y solución de problemas es posible generar ideas viables y competitivas, que con el acompañamiento profesional pueden convertirse en planes de negocio estructurados.

Asimismo, se recomienda institucionalizar eventos, charlas y conferencias que resalten la importancia de las mujeres emprendedoras, promoviendo sus ideas y negocios como elementos fundamentales para el desarrollo socioeconómico sostenible. Estos modelos curriculares también pueden fomentar proyectos sociales y economías solidarias, especialmente en áreas rurales, para incentivar la participación comunitaria de las mujeres.

Por otro lado, es necesario establecer alianzas estratégicas entre empresas públicas y privadas para apoyar procesos de emprendimiento e intraemprendimiento, con proyectos orientados a resolver problemáticas sociales, industriales y de mercado, con seguimiento y beneficios mutuos. También se deben fomentar espacios educativos donde mujeres emprendedoras compartan sus experiencias, tanto de

éxito como de fracaso, generando nuevos modelos socioculturales de liderazgo femenino y una mejor comprensión de su papel en la sociedad.

Crear alianzas entre las empresas y las instituciones académicas facilitará el acceso de hombres y mujeres a centros de incubación empresarial, donde reciban asesoría y acompañamiento permanente en la etapa inicial de sus negocios. Estos centros también pueden funcionar como espacios para la formulación de ideas de negocio, la creación de redes colaborativas, áreas de coworking, laboratorios de innovación y proyectos de *spin-off*, posicionando a las instituciones académicas como centros de desarrollo socioeconómico regional.

Finalmente, se sugiere establecer programas de mentoría académica en los que mujeres con experiencia profesional y empresarial guíen a emprendedoras en el crecimiento de sus proyectos. También es importante organizar talleres sobre el uso de redes sociales, comercio electrónico, marketing digital y herramientas de comercio electrónico, para ampliar la visibilidad y la cobertura de los emprendimientos femeninos en el mercado.

Acceso a recursos y fuentes de financiamiento

Es imperante crear en alianza con la academia, fondos de inversión con enfoques de género que, mediante el gobierno e instituciones financieras, se apoye económicamente la asignación de recursos financieros para capital semilla o capital de riesgo, a través de los cuales las mujeres puedan presentar proyectos previamente avalados por centros de emprendimiento y entes de formación.

Impulsar e institucionalizar en mayor medida la realización de ferias público-privadas que apoyen proyectos de emprendimiento, a través de las cuales se puedan estructurar ruedas de negocios donde emprendedores e inversionistas generen negocios y acceso a nuevas fuentes de financiamiento. Este tipo de espacios potencializa la participación de los emprendedores en un formato dinámico y real, que ofrece una valiosa oportunidad tanto para los nuevos negocios, inversionistas y entidades financieras, para impulsar el crecimiento y el retorno de la inversión.

Desde lo gubernamental, es importante estructurar mejores condiciones financieras para el apoyo al emprendimiento femenino, en la medida que es necesario establecer créditos de fomento sectoriales con créditos blandos a través de tasas de interés competitivas y periodos de gracia flexibles. En este aspecto, crear líneas de fomento con tasas de intereses preferenciales y la flexibilidad de pagos en comparación con la oferta del mercado financiero privado, facilitará en gran medida el acceso a recursos económicos como la viabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos femeninos en el corto y mediano plazo.

Simplificar los requisitos, procesos y trámites para la aprobación y accesos a fuentes de financiamiento, es otra necesidad urgente que debe reestructurarse por parte de los programas de financiamiento. La inmensa cantidad de requisitos y trámites burocráticos, que en muchos de los casos no analiza el verdadero potencial de los proyectos emprendedores, motiva a las mujeres a acceder a fuentes informales de crédito que en nada impulsan el desarrollo de los nuevos negocios.

Diseño de políticas de igualdad

En las actuales condiciones, Perú debe promover nuevas leyes y regulaciones que fomenten la igualdad de género en los ámbitos social, laboral y empresarial. Es esencial impulsar la implementación de cuotas de representación femenina en cargos de liderazgo tanto en el sector público como en el privado.

Desde lo legislativo, es necesario establecer medidas preventivas y sancionatorias contra la discriminación de género en todos los entornos, garantizando que todas las mujeres tengan las mismas oportunidades para acceder a programas de emprendimiento y recursos económicos. Además, es importante reconocer el trabajo no remunerado en las labores domésticas, estableciendo licencias parentales equitativas que permitan equilibrar las responsabilidades familiares y facilitar el desarrollo de proyectos emprendedores.

Es crucial desarrollar campañas de sensibilización que promuevan un cambio radical en los roles de género tradicionales vigentes en Perú. Estas campañas deben visibilizar casos de mujeres exitosas en los ámbitos social, cultural y empresarial, destacando su contribución al desarrollo socioeconómico y sostenible de sus comunidades.

Asimismo, es recomendable organizar eventos gubernamentales periódicos que reconozcan los emprendimientos liderados por mujeres y hombres en los diferentes sectores económicos a nivel local, regional y nacional. Esta estrategia puede motivar significativamente a otras personas a desarrollar nuevos proyectos de emprendimiento.

El gobierno debe asignar recursos para la creación de proyectos de emprendimiento bajo el modelo de economía solidaria, fomentando negocios sociales tanto en áreas rurales como urbanas. Alianzas estratégicas entre el sector público y privado son clave para incluir negocios femeninos en las cadenas de proveedores y promover la generación de empleo en los sectores más vulnerables.

Es fundamental que el gobierno apoye, mediante programas de capacitación y asesoría, el desarrollo de proyectos de emprendimiento femenino con enfoque

exportador. Esta estrategia contribuirá a la internacionalización de la economía, la generación de divisas y la creación de nuevos empleos.

También es esencial proporcionar condiciones favorables para la participación de emprendimientos femeninos en ferias internacionales, facilitando la visibilidad de sus productos y servicios en los mercados extranjeros. El gobierno debe garantizar apoyo logístico y financiero para la exportación, creando oportunidades reales para estos emprendimientos en el comercio internacional.

Es imprescindible brindar acceso gratuito y sencillo a las plataformas gubernamentales de información, que incluyan bases de datos, estudios sectoriales y análisis de mercado. Estas plataformas deben funcionar como recursos abiertos que permitan estructurar mejor la viabilidad de los proyectos de emprendimiento.

El desarrollo de plataformas digitales que conecten a las emprendedoras con redes de información es una herramienta eficaz de divulgación. Estas plataformas deben incluir foros de discusión, grupos de interés, espacios para networking, trabajo colaborativo, herramientas digitales y recursos educativos. De este modo, las emprendedoras tendrán acceso a conocimientos actualizados y podrán fortalecer sus proyectos mediante la colaboración y el intercambio de experiencias.

Conclusiones

En términos generales, el emprendimiento femenino en Perú ha mostrado avances notables en los últimos años, pero aún enfrenta grandes barreras que impiden alcanzar las metas establecidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente en los ámbitos de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres.

La identificación de los diferentes factores limitantes del emprendimiento femenino en Perú permite concluir que estos elementos obstaculizan el desarrollo socioeconómico del país. Por lo tanto, es necesario reflexionar sobre los cambios que deben implementarse desde el gobierno, las empresas y la academia para crear un entorno más adecuado para las mujeres emprendedoras. Esto implica diseñar programas que ofrezcan condiciones más flexibles y reduzcan los requisitos burocráticos, junto con la adopción de políticas públicas más inclusivas.

Una conclusión importante que se desprende de este estudio es la necesidad de ampliar la investigación hacia el análisis del emprendimiento femenino en áreas rurales, con el fin de identificar con mayor precisión los desafíos específicos que enfrentan las mujeres en las diferentes regiones de Perú. También es necesario efectuar estudios comparativos sobre el fracaso empresarial entre

emprendimientos liderados por hombres y mujeres, para establecer diferencias significativas de este fenómeno a nivel nacional.

La creación de alianzas estratégicas entre gobierno, academia y sector privado es fundamental para establecer un ecosistema emprendedor inclusivo en Perú, en el cual se fomente la participación femenina sin discriminación por condición social o de género.

Uno de los aspectos más críticos a abordar es la brecha de género en el acceso a financiamiento. Para ello, es esencial brindar educación financiera a las mujeres emprendedoras desde diversas perspectivas y en distintos niveles de formación. Si bien la implementación de políticas públicas que faciliten el acceso a recursos financieros es un avance considerable, la experiencia demuestra que sin una adecuada formación empresarial, los emprendimientos tienen mayores probabilidades de fracasar. Esta situación es más crítica en el caso de las mujeres, debido a los prejuicios sociales y las condiciones de discriminación de género que enfrentan.

Implementar mecanismos de control, valoración y seguimiento a los proyectos de emprendimiento es una tarea esencial que se aplica de manera insuficiente. La ausencia de un acompañamiento adecuado condena a muchos negocios a no ser sostenibles en el tiempo, limitando el impacto del apoyo inicial recibido.

En definitiva, el emprendimiento femenino en Perú tiene un gran potencial para contribuir al crecimiento socioeconómico del país y avanzar hacia mayores niveles de desarrollo sostenible. Para alcanzar este objetivo, es fundamental crear espacios de formación, debate y políticas de apoyo inclusivas que eliminen las barreras estructurales y socioculturales que aún limitan la participación efectiva de las mujeres en el ámbito empresarial.

Conflictos de interés

Los autores no manifiestan conflictos de interés.

Referencias

- Aranibar, E., Huachani, D., & Zúñiga, M. (2022). *Emprendimiento femenino en el Perú: Puntos fuertes y débiles para su sostenibilidad en el tiempo*. *Revista de Difusión Cultural y Científica de la Universidad La Salle*, 23(23), 199-224.
- Avolio, B. (2014). *Género y políticas de recursos humanos: Calidad del empleo de las mujeres*.

- http://centrum.pucp.edu.pe/oci/presentaciones/6-APERHU_-_Beatrice_Avolio.pdf
- Banco Mundial. (2024). *Desempleo, mujeres - Latin America & Caribbean, Perú*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.FE.ZS?locations=ZJ-PE>
- Blanco, M., Sánchez, P., & Ramos, F. (2016). *Conciliación de la vida laboral y familiar en mujeres en formación ocupacional*. *REMIE—Multidisciplinary Journal of Educational Research*, 6(2), 127-151.
- Rubert, M. B. (2023). *Los estereotipos de género en el empleo: Una cuestión de actualidad*. *Cuadernos electrónicos de filosofía del derecho*, (49), 689-696.
- Chávez, M. (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*, 4(11), 233-250. <https://doi.org/10.51343/rfdcp.v4i11.154>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Observatorio de la igualdad de género*. https://oig.cepal.org/sites/default/files/ficha_america_latina.pdf
- CrediMujer. (2021). *Movimiento Manuela Ramos*. <https://www.manuela.org.pe/autonomia-economica-credimujer>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO): Condiciones de vida y pobreza 2022*. https://www.inei.gob.pe/media/encuestas/documentos/enaho/2022/01_Enaho_01_2022.pdf
- Fernández, A. (2023). *El empoderamiento económico en cuestión: Aproximación etnográfica a un proyecto de empoderamiento de mujeres indígenas en Kenia*. *Pacha. Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 4(10). <https://doi.org/10.46652/pacha.v4i10.160>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2015-2016*. https://www.researchgate.net/publication/322084139_Global_Entrepreneurship_Monitor_Peru_2015-2016
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/22: Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity*. Londres, Reino Unido: GEM.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/23: Women's Entrepreneurship Report: GEM 2022/2023 Women's Entrepreneurship: Challenging Bias and Stereotypes*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20222023-womens-entrepreneurship-challenging-bias-and-stereotypes-2>
- Ibarra-Baidón, C. (2018). *Emprendimiento social: Una definición propuesta desde el desarrollo sostenible*. XXIII Congreso Internacional Contaduría, Administración e Informática. Universidad Autónoma, Ciudad de México.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017a). *Demografía empresarial en el Perú: I, II, III y IV Trimestre de 2017*. <https://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/#lista>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2017b). *Perú – Brechas de género 2017*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2018). *Perú: Evolución de los indicadores de empleo e ingreso por departamento, 2007-2018*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1870/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2019). *Demografía empresarial en el Perú: I, II, III y IV Trimestre de 2019*. <https://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/#lista>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2021). *Demografía empresarial en el Perú: I, II, III y IV Trimestre de 2021*. <https://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/#lista>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Brechas de género, 2022: Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres*. <https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/3823328-peru-brechas-de-genero-2022-avances-hacia-la-igualdad-de-mujeres-y-hombres>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Demografía empresarial en el Perú: I Trimestre de 2023*. <https://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/#lista>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024). *Población peruana alcanzó las 33 millones 726 mil personas en el año 2023*. [https://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/poblacion-peruana-alcanzo-los-33-millones-726-mil-personas-en-el-ano-2023-14470/#:~:text=Asimismo%2C%20la%20poblaci%C3%B3n%20peruana%20est%C3%A1,\(50%2C4%20%25\)%20mujeres](https://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/poblacion-peruana-alcanzo-los-33-millones-726-mil-personas-en-el-ano-2023-14470/#:~:text=Asimismo%2C%20la%20poblaci%C3%B3n%20peruana%20est%C3%A1,(50%2C4%20%25)%20mujeres)
- León, J., & Huari, D. (2014). *Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú*. *Revista Pensamiento Crítico*, 13, 57–70.
- Mendoza, J., Pinto, Y., & Gálvez, M. (2021). *Peruana del bicentenario: Promotora del emprendimiento en tiempos de crisis*. *Revista Comuni@cción*, 12(4), 332–342.
- Ministerio de la Producción. (2023). *Produce cofinanciará proyectos audiovisuales o capacitaciones que fomenten el emprendimiento femenino hasta con S/154,000*. <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/836858-produce-cofinanciara-proyectos-audiovisuales-o-capacitaciones-que-fomenten-el-emprendimiento-femenino-hasta-con-s-154-000>
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2018). *Presentan programa “Mujer Produce” que beneficiará a lideresas de MYPES*. <https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/2793-presentan-programa-mujer-produce-que-beneficiara-a-lideresas-de-mypes>
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2022). *MIMP lanza portal web PRONAME para promover la reactivación económica de mujeres emprendedoras y empresarias*. https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/590042-mimp-lanza-portal-web-proname-para-promover-la-reactivacion-economica-de-mujeres-emprendedoras-y-empresarias?fbclid=IwY2xjawFha_BleHRuA2FlbQIxMQABHfWHVcrWFYcBDJCTCylFfKqe1uQgO6QDVEsk5kwP4hvVQdNSIPamhuPNVA_aem_QwzJZWFyJ9nrVcFP5trBHG
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2023). *Las mujeres representan el 42.9% del total de emprendedores*. <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/721836-las-mujeres-representan-el-42-9-del-total-de-emprendedores>
- Morales, O. (2023). *La mujer emprendedora en el Perú: escenario pospandemia*. RPP. <https://rpp.pe/columnistas/oswaldomorales/la-mujer-emprendedora-en-el-peru-escenario-pospandemia-noticia-1487505>
- Ochoa, V. (2004). *Implicaciones socioculturales de la mujer víctima de violación sexual*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Implicaciones-socioculturales-de-la-mujer-v%C3%ADctima-Osorio-Corina/5e2ae35fe66fe93119e8869f9d9c2913f4419ccd>
- Orihuela, N. (2022). *Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias*. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109–122.
- Pando, T. T., Cangalaya-Sevillano, L. M., Herrera, Z. E., & Cabrejos, R. E. (2022). *Liderazgo y empoderamiento en las mujeres empresarias en el Perú*. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(Especial 5), 234–245.
- Paredes, M. (2022). *Cultivar el emprendimiento familiar: Una cuestión de valor*. Instituto de Familias Empresarias para México y Latinoamérica, TEC, Monterrey, México. <https://ifem.tec.mx/es/noticia/cultivar-el-emprendimiento-familiar-una-cuestion-de-valor-blog>
- People. (s.f.). *Women – Peppermint Laboratorio de Innovación*. Peppermint.pe. <https://peppermint.pe/women/>
- Perales, D. (2021). *Barreras que impiden el emprendimiento femenino: Caso mujeres emprendedoras AWE Chiclayo-Perú 2020*.
- Peralta, G., & Olivarría, F. (2022). *El trabajo de cuidados y la desigualdad de género: Un acercamiento a las experiencias de las mujeres*. *Revista Estudios Psicológicos*, 2(4), 47–60.
- Pérez, A., & Niño, A. (2017). *Retos de las políticas públicas para el fomento del emprendimiento femenino en Colombia*. *Reflexión Política*, 19, 42–57.
- Portocarrero, W. (2019). *Características del emprendimiento de las mujeres: Caso de mujeres en La Libertad, Perú*. *Revista Ciencia y Tecnología*, 15(1), 89–99.
- Portugal, F., & Boyer, A. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la capacitación de mujeres emprendedoras de bajos recursos económicos en el distrito de Cerro Colorado, 2019*. Tesis, Escuela Profesional de Ingeniería Industrial, Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.
- Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico*. (2018). <https://asep.pe/wp-content/uploads/2021/12/Emprendimiento-Femenino-en-Latinoamerica-Informe-Mujeres-del-Pacifico.pdf>

- Radio Programas del Perú - RPP. (2021). *Emprendedoras peruanas: ¿Cuáles son los retos que enfrentan y cómo promover su crecimiento?* RPP. <https://rpp.pe/campanas/valor-compartido/emprendedoras-peruanas-cuales-son-los-retos-que-enfrentan-y-como-promover-su-crecimiento-noticia-1361453>
- Red de Mujeres Emprendedoras y Empresarias del Perú. (2022). *¿Qué es la Red Nacional de Mujeres Empresarias y Emprendedoras del Perú?* <https://renameperu.com.pe/>
- Repositorio de Tesis, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3945>
- Rodríguez, R., Rebollo, M., & Jiménez, R. (2016). *Gestión y liderazgo empresarial con perspectiva de género: Voces y experiencias. Cuestiones de género: De la igualdad y la diferencia*, 11, 329–350.
- Romani, G., Soria-Barreto, K., Honores-Marín, G., Ruiz Escorcía, R., & Rueda, J. (2022). *Not like my parents! The intention to become a successor of Latin American students with entrepreneur parents. Sustainability*, 14(3), 1193.
- Rueda, J., & Ruiz, R. (2019). *Analysis of female entrepreneurship in Latin America. LACCEI International Multi-Conference Engineering, Education and Technology*, 71(1), 1–11. <https://bit.ly/3fnJJ14>
- Ruiz, G. (2014). *Revisión conceptual y definición del término emprendimiento para la tecnología en gestión industrial. Revista Estrategia Organizacional*, 3, 181–192.
- Sanagustín-Fons, M., Ramírez-Lozano, J., & Peñaflores-Guerra, R. (2020). *Feminine and religious leadership: A long-term company model. Cauriensia*, 15, 771–803. <https://doi.org/10.17398/2340-4256.15.771>
- Sandoval, C. (2023). *Limitaciones y factores de éxito del emprendimiento femenino: Una perspectiva costarricense. Yulök Revista de Innovación Académica*, 7(1), 12–30. <https://doi.org/10.47633/yulk.v7i1.575>
- Setini, M., Yasa, N., Supartha, I., Giantari, I., & Rajjani, I. (2020). *The passway of women entrepreneurship: Starting from social capital with open innovation, through to knowledge sharing and innovative performance. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2), 25.
- United Nations Development Programme (UNDP). (2023). *Gender Social Norms Index (GSNI): Breaking down gender biases: Shifting social norms towards gender equality*. Nueva York, EE. UU.: UNDP.
- Vera, K. J. C., Velita, J. J. A., Prado, C. E. R., & Cárdenas, M. F. U. (2023). *Emprendimiento peruano: Factores e intervenciones que facilitan su desarrollo. Revista de ciencias sociales*, 29(2), 483–495.
- Zurich Seguros. (2023). *Zurich Seguros analiza el gen emprendedor en España y sus principales retos de futuro*. <https://www.zurich.es/notas-prensa/analizamos-gen-emprendedor-espana-y-retos-futuro>