



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**Análisis de la gestión empresarial del emprendimiento
femenino en tiempo de pandemia COVID-19 en la región
Piura**

Tesis para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas

**Ana Ely Guerrero Vásquez
Diana Yasmira Cruz Yovera**

Asesor(es):
Dra. Brenda Liz Silupú Garces

Piura, enero de 2023

NOMBRE DEL TRABAJO

**ANA GUERRERO V. Y DIANA CRUZ Y.._20
_set.docx**

AUTOR

Ana - Diana Guerrero - Cruz

RECUENTO DE PALABRAS

22393 Words

RECUENTO DE CARACTERES

126166 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

80 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

823.1KB

FECHA DE ENTREGA

Sep 20, 2022 1:16 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 20, 2022 1:29 PM GMT-5**● 13% de similitud general**

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

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Bloques de texto excluidos manualmente

Dedicatoria

*A Dios, por las bendiciones y fortaleza para seguir adelante,
A mi papá, hermanos y sobrinas; por su constante apoyo
pero sobre todo a mi madre quien es mi principal motivación
para lograr mis metas.*

Ana Guerrero

*Dedico este trabajo a Dios, por darme las fuerzas necesarias
para poder continuar, a mi papá Faustino y a mi mamá Otilia,
por elevar sus oraciones y acompañarme sin descansar para
lograr cada objetivo propuesto. También agradezco a mi
familia y amistades que me ayudaron en el inicio de este
camino y a aquellos que hoy me acompañan desde el cielo.*

Diana Cruz Yovera





Agradecimientos

A la Dra. Brenda Liz Silupú Garcés, por su profesionalismo, su apoyo constante, por su acompañamiento en todo este proceso ya que nos ha brindado su orientación para el correcto desarrollo de la investigación.





Resumen

La pandemia (COVID-19) ha ocasionado impactos negativos a nivel mundial, llevando a varios países a imponer fuertes restricciones para contraer los brotes epidemiológicos afectando la operatividad de las empresas, en especial de las micro y pequeñas empresas (Mypes) que en el Perú representan el 99% de participación económica. Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la gestión empresarial de las Mypes lideradas por mujeres en tiempos de pandemia en la región Piura, adoptando una metodología cuantitativa mediante la aplicación de una encuesta vía telefónica a 150 emprendimientos femeninos entre los meses de noviembre y diciembre del 2021.

Los resultados indican que las Mypes han presentado problemas de restricción de acceso a financiamiento no convencional otorgado por el gobierno a través de *Reactiva*, *Fae Mype* y *Bonos*; por lo que buscaron recurrir a préstamos bancarios, ahorros personales y préstamos familiares como fuentes de financiamiento para obtener capital en medio de la crisis económica. Asimismo, presentaron bajos niveles de ventas, siendo el sector comercio, a diferencia de los sectores de servicios y manufactura, el que ha mostrado mayor recuperación de niveles de ventas. Además, la pandemia evidenció la vulnerabilidad de las Mypes, pues siguen realizando una gestión tradicional basada en apuntes personales sobre sus ingresos y gastos sin tener preparado alguna planificación para manejar el negocio en una crisis. En base a los resultados, se propusieron finalmente algunas recomendaciones relacionadas con la ejecución de políticas para minimizar el efecto de la COVID-19 en la gestión de las Mypes lideradas por mujeres.

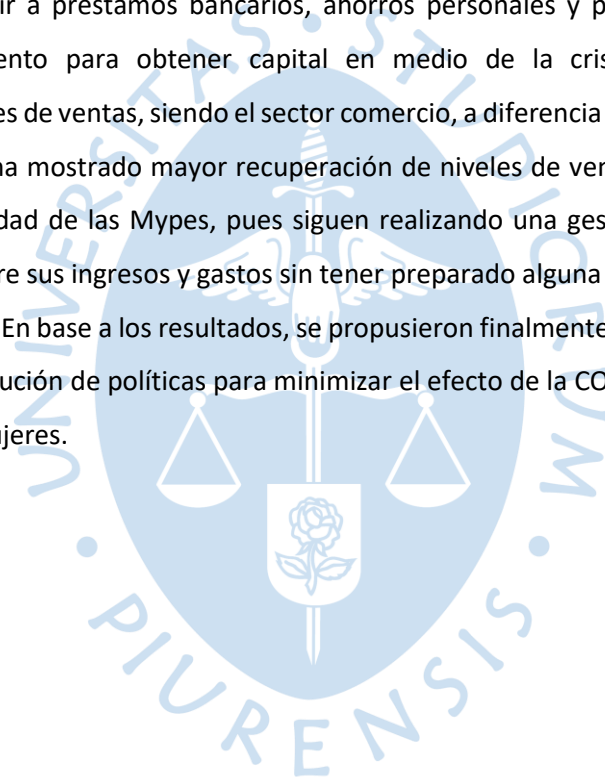


Tabla de contenido

Introducción.....	15
Capítulo 1. Fundamentación.....	17
1.1. Planteamiento del problema.....	17
1.2. Objetivo general.....	18
1.3. Hipótesis de la investigación	19
1.4 Antecedentes	19
1.5 Justificación	20
Capítulo 2. Marco teórico.....	23
2.1. Gestión empresarial	23
2.1.1 Fuentes de financiamiento.....	25
2.1.2 Niveles de ventas en el emprendimiento.....	32
2.1.3 Sector Comercio.....	33
2.2 Evidencia empírica.....	35
Capítulo 3. Metodología.....	37
3.1. Población y muestra.....	37
3.2. Instrumento.....	37
3.3. Variables.....	39
3.4 Método de estimación	40
Capítulo 4. Resultados y discusión.....	41
4.1. Análisis de Resultados.....	41
4.1.1 Financiamiento.....	41
4.1.2 Ventas.....	48
4.1.3 Sector Empresarial.....	50
4.2. Discusión de Resultados	57
Conclusiones.....	61
Recomendaciones.....	63
Lista de referencias.....	65
Notas al pie de página.....	75
Anexos.....	77
Anexo 1.Encuesta aplicada a emprendedoras	79
Anexo 2.Detalle de encuesta a emprendedoras.....	85
Apéndices.....	87
Apéndice A. Matriz de consistencia.....	89



Lista de tablas

Tabla 1. Clasificación del sector empresarial en el Perú	24
Tabla 2. Porcentaje de Cobertura según crédito Reactiva Perú	28
Tabla 3. Porcentaje de Participación de las ESP en Reactiva Perú.....	29
Tabla 4. Porcentaje de Participación de las ESP en Fae Mype-Fase I Y Fase II.....	30
Tabla 5. Perfil demográfico de las emprendedoras sin acceso a financiamiento No Convencional.....	41
Tabla 6. Perfil demográfico de las emprendedoras con acceso a financiamiento No Convencional ...	44
Tabla 7. Financiamiento no Tradicional y recuperación de ventas.....	48
Tabla 8. Financiamiento no Convencional y recuperación de ventas.....	49
Tabla 9. Deuda actual y recuperación de ventas.....	50
Tabla 10. Sector comercio y recuperación de ventas	51
Tabla 11. Características de empresarias de otros sectores que no recuperaron su nivel de ventas. .	51
Tabla 12. Características de empresarias del sector comercio que si recuperaron su nivel de ventas.	54





Lista de figuras

Figura 1. Ventas con financiamiento Tradicional.....	47
Figura 2. Ventas con financiamiento no Convencional.....	47
Figura 3. Ventas por sector económico.....	57





Introducción

El impacto de la pandemia en el sector empresarial es fuente de investigación debido a la afectación económica en las empresas. La COVID-19 ha provocado a nivel mundial el cierre de más de 2 millones de empresas en América Latina, siendo los pequeños negocios lo más afectados presentando problemas de desabastecimiento, falta de acceso a financiamiento y pérdida considerable de ventas (Hernández, 2020; Saavedra y Camarena, 2021) considerando que a diferencia de las grandes empresas, no poseen los suficientes recursos financieros para poder sobrevivir a una crisis de tal magnitud y no se encuentran preparadas por lo que su adaptación y recuperación es lenta, con poca esperanza de sobrevivir y mayor probabilidad de cierre definitivo de sus instalaciones (Bartik et al., 2020; Comisión Económica para América Latina Y el Caribe (CEPAL), 2020).

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) son una fuente de ingresos, riqueza y generación de empleo, en especial para el Perú, dado que el reporte institucional del INEI (2021) informa que el 99% del tejido empresarial peruano está conformado por Mypes, siendo Piura la cuarta región con mayor concentración de este tipo de empresas. La COVID-19 originó cierre inmediato de empresas en el año 2020, aumento de deudas y costos en protocolos de bioseguridad generando incertidumbre y caos que incentivó a los negocios a configurar su forma de trabajo con nuevas modalidades de venta. Este tipo de empresas están concentrados en sectores económicos como servicios, comercio mayorista y minorista dedicados a la venta de productos.

En este trabajo de investigación se tiene como objetivo principal analizar la gestión empresarial de las empresas lideradas por mujeres en tiempos de pandemia COVID-19, principalmente se enfoca en el análisis del financiamiento, el comportamiento de las ventas y el análisis del sector. Dada la importancia que tiene el tejido empresarial en el desarrollo económico del país, es necesario conocer el impacto ocasionado por la COVID-19 en los negocios liderados por mujeres con el fin de sugerir políticas que permitan la rápida recuperación y reactivación del sector microempresarial.

La metodología de investigación que se utilizó en la presente investigación es de fuente primaria, en donde se aplicó además como instrumento un cuestionario, dirigido a 150 Mypes lideradas por mujeres en el departamento de Piura. Los resultados de la investigación fueron que más de la mitad de negocios liderados por mujeres tuvieron que recurrir a los ahorros personales o ganancias propias del negocio para poder afrontar la crisis del COVID-19; comprobándose, además, que el financiamiento convencional en esta época de crisis resultó restringido dado que se evidenció poco alcance a este tipo de negocios. Así mismo, el nivel de ventas si bien es cierto, disminuyó significativamente en el primer año de la pandemia, sólo los negocios del sector comercio lograron una mejor recuperación que los negocios pertenecientes a sectores como manufactura o servicios, confirmando de esta manera que las decisiones tomadas por el gobierno tienen una influencia en la

toma de decisiones de las empresarias respecto al panorama desarrollado durante la crisis sanitaria y asegurar la continuidad operativa a fin de evitar el cierre completo de sus negocios.

Para ello, el estudio se ha estructurado teniendo en cuenta en el primer capítulo el planteamiento del problema y la justificación de la investigación. En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico que sustentan las hipótesis de la investigación; en el tercer capítulo, se presenta el diseño de la investigación a través del método utilizado para obtener los datos y las variables de estudio. Posteriormente, en el cuarto capítulo, se analiza los resultados extraídos y, por último, se presentan las conclusiones y algunas políticas a modo de recomendaciones.



Capítulo 1. Fundamentación

1.1. Planteamiento del problema

En el año 2020, se desarrolló una pandemia causada por un virus en todos los países denominada “Coronavirus” o “COVID-19” que obligó a los gobiernos de todo el mundo a tomar medidas fuertemente restrictivas a fin de evitar el alcance rápido del virus. Estas medidas tuvieron un impacto positivo en la contención de la epidemia para aplanar la curva de contagios, pero generó un entorno negativo en los sectores empresariales donde el sistema económico es precario caracterizado por altos grados de informalidad y pobreza, especialmente en países menos desarrollados (Jacob, 2021b). En Latinoamérica, las micro y pequeñas empresas constituyen el 90% del sistema económico, viéndose afectadas en márgenes de utilidad menor con poca esperanza de sobrevivir e incluso fracasar, llevándolos a muchas de ellas a salir del mercado (La Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020).

Al respecto, Martínez et al. (2020) establecen que existe un impacto diferenciado en la mujer debido a las desigualdades preexistentes que han limitado su espíritu emprendedor; tales como, el acceso a fuentes de financiamiento, falta de capacitación, barreras legales y regulatorias que dificultan la instalación de sus empresas y estereotipo de género que las obligan a cumplir con normas sociales (Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico [OEAP], 2018). Los negocios liderados por mujeres son débiles frente a entornos competitivos dominados por el hombre, impidiéndoles obtener la capacidad para sobrellevar una crisis, así como también estar expuestas a mayor carga familiar a consecuencia del confinamiento social. Estos negocios se concentran sobre todo en la venta de productos al por menor, venta de comida, servicio doméstico y hospedajes, los cuales no requieren mayores volúmenes de inversión ni especialización, considerándose negocios tradicionales (CEPAL, 2020). Teniendo en cuenta esta realidad, en el año 2020 a raíz de la pandemia COVID-19, la situación se agrava en este grupo económico porque ha tenido que buscar la forma de salir adelante ante un contexto tan adverso.

El informe del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) destaca la valoración del emprendimiento peruano respecto a Latinoamérica y el Caribe, posicionándolo como el tercer país con mayor percepción de oportunidades para emprender, teniendo mayor relevancia el emprendimiento femenino en el crecimiento económico y empresarial (Serida et ál., 2020). En el Perú, las micro y pequeñas empresas (Mypes) representan el 99% del sector empresarial a nivel nacional y al III Trimestre del año 2021 se han creado 73,651 nuevas empresas, de las cuales 48,616 se registraron bajo la modalidad de personas naturales, siendo el 54,2% conducidas por mujeres (Instituto Nacional de Estadística e Informática, (INEI) 2021).

El impacto de la COVID-19 en el país ha dejado en estado de vulnerabilidad a este grupo mayoritario de Mypes, desde que el 16 de Marzo del 2020 el gobierno declarara el estado de

emergencia en nuestro país, implementando restricciones como cierre de fronteras, cuarentena focalizada, aislamiento social y paralización de negocios, obligándolas a atender con horarios y aforos reducidos (Instituto Peruano de Economía [IPE], 2020; Aragón y Cruz, 2020). Sin embargo, el panorama empresarial empezó a mejorar a partir del II Trimestre del 2021 con la reactivación de diversos sectores debido a un acelerado proceso de vacunación a pesar de la presencia de una segunda y tercera fase de contagios. Ante ello a nivel de regiones, Piura representa el cuarto departamento con mayor participación empresarial, compuesta por pequeños negocios del sector comercio liderados por mujeres y donde el emprendimiento constituye su principal fuente de ingresos (Silupú, 2022).

Como se ha recogido en los párrafos anteriores, la mujer desempeña un rol protagónico en el desarrollo económico, siendo generadora significativa de empleo, causando un gran impacto en la dirección interna de sus empresas. Sin embargo, existen ciertos factores como la falta de una adecuada gestión empresarial, lo cual ha dificultado que muchas de estas empresas puedan recuperarse en tiempo de pandemia COVID-19. En base en ello, en el presente trabajo se pretende responder las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles han sido las fuentes de financiamiento que han utilizado las empresas lideradas por mujeres en tiempo de pandemia COVID-19? ¿Cómo afectó la COVID-19 al comportamiento de los ingresos de estos pequeños emprendimientos? ¿Qué sectores fueron los que han mostrado una rápida recuperación en tiempo de la COVID-19?

Es por ello que dentro del contexto de la pandemia COVID-19, supone una barrera a enfrentar para evitar la reducción de los negocios o impedir el quiebre empresarial que ocasiona mayor desempleo. Para poder frenar esta situación adversa es necesario el diseño e implementación de políticas de apoyo económico, haciendo partícipe en los planes post-pandemia a la mujer emprendedora porque representa “la columna vertebral” de la recuperación económica (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2020).

1.2. Objetivo general

En esta tesis se tiene como objetivo general: “Analizar la gestión empresarial del emprendimiento femenino en tiempo de pandemia COVID-19 en la región Piura”.

1.2.1 Objetivos específicos

Los objetivos específicos que se derivan en esta investigación son:

- Analizar las fuentes de financiamiento utilizadas por las mujeres emprendedoras en tiempos de la COVID-19.
- Examinar el flujo de ingresos y volumen de ventas de las emprendedoras en tiempos de la COVID-19.
- Determinar el sector más afectado y el que se ha recuperado por las regulaciones del gobierno en tiempos de la COVID-19.

1.3. Hipótesis de la investigación

En la presente tesis se van a contrastar las siguientes hipótesis de investigación

H1: Las Mypes lideradas por mujeres, en tiempo de la COVID-19, han recurrido a fuentes de financiamiento no convencionales incentivadas por el gobierno.

H2: Las Mypes lideradas por mujeres lograron recuperar sus ventas en tiempo de la COVID-19 debido al acceso de fuentes de financiamiento no convencional incentivadas por el gobierno.

H3: Las Mypes del sector comercio liderados por mujeres son las que fueron afectadas por la COVID-19 pero han mostrado una mayor recuperación en comparación a otros sectores.

1.4 Antecedentes

Existe una diversidad de literatura que analiza el rol que juega la mujer en el entorno económico, destacando sus capacidades, habilidades y comportamiento ante un entorno desafiante. A continuación, se presenta una serie de investigaciones relacionadas a conocer de qué manera ha afectado la COVID-19 en el emprendimiento femenino.

La literatura ha encontrado evidencia que la COVID-19 ha traído consecuencias negativas en muchos negocios pequeños a nivel mundial porque la probabilidad de cierre se ha incrementado debido a la falta de acceso a fuentes de financiamiento y la existencia de brechas tecnológicas e incertidumbre sobre el futuro empresarial (Looze y Desai, 2021). Un estudio exploratorio realizado a 5,800 pequeñas empresas norteamericanas reportó dos principales hallazgos como la fragilidad financiera del empresario que le impide disponer de efectivo para hacer frente a obligaciones por poco tiempo y el descenso hasta más del 50% en ventas (Bartik et al., 2020). Dentro de este marco, los estudios también determinaron que las empresarias no cuentan con un plan para enfrentar la pandemia viéndose afectadas en la reducción de demanda, mayor endeudamiento y costos elevados, siendo obligadas a realizar despido de personal y cierre de operaciones (Elizalde, 2021). Al mismo tiempo, las empresas del sector servicio y manufactura presentan poca capacidad para adaptarse a los nuevos cambios dada las características del negocio, donde también cabe resaltar que los negocios digitales duplicaron sus ventas (Campbell y Fransi, 2021).

El panorama económico resultó ser más retador y hostil para las empresas en la región de Latinoamérica debido a su gran concentración de Mypes lideradas por mujeres, presentando serios problemas para gestionar sus negocios en tiempos de pandemia. Por consiguiente, las investigaciones manifiestan que tras las crisis sanitarias, las Mypes se vieron en la necesidad de recurrir a auxilio financiero con entidades de crédito para hacer frente a las obligaciones de pago, aprovechando las medidas de apoyo financiero incentivadas por los gobiernos a favor de reactivar el sector empresarial (Cueva-Rivera y Erazo-Álvarez, 2021).

No obstante, hubo otro grupo de empresarias que no accedió a financiamiento externo, tal como lo afirma un estudio integral realizado a más de 500 negocios administrados por mujeres de

los gobiernos que conforman la Alianza del Pacífico: Chile, Colombia, México y Perú, donde el 70% de mujeres empresarias prefirieron financiarse con el uso de ahorros y préstamos, además que más de la mitad no contaba con herramientas digitales o presencia online; además, es preciso agregar que Perú después de Colombia registra los mayores casos de empresas (80%) gravemente afectadas por la pandemia COVID-19, donde el mayor efecto percibido es la disminución de ingresos (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2021).

En el Perú, cabe recordar que el 99% de empresas son micro y pequeños negocios, constituyendo un grupo con mayor vulnerabilidad, su condición de informalidad las hace enfrentar menores niveles de venta, elevados costos y gastos en implementos de seguridad y pérdidas de rentabilidad. A pesar de ello, muchas Mypes comerciales lograron recuperarse al construir estrategias innovadoras con la presencia de venta y pago en formato online, así como el servicio de *Delivery* (Colina et ál., 2021).

Como se ha visto, la revisión de literatura pone de manifiesto el impacto de la pandemia en la administración de negocios lideradas por mujeres, donde los principales efectos se resumen en bajos niveles de ingresos y restricción a financiamiento bancario, siendo los sectores servicio y comercio los más afectados, persistiendo la problemática estructural dominado por sistemas patriarcales y limitada por las responsabilidades familiares que impiden su crecimiento y rápida recuperación en sus negocios (Jacob, 2021b).

1.5 Justificación

El trabajo de la mujer es fundamental para garantizar el desarrollo económico, siendo participante activa del motor empresarial. Su rol como emprendedora la ha convertido en una especie de incubadora para crear nuevas formas de hacer negocio, generando impacto positivo en el mercado. No obstante, a pesar del reconocimiento, enfrenta obstáculos como falta de capacitación, bajos niveles de educación y acceso a digitalización, siendo la mayor barrera, el uso restringido a fuentes de financiamiento (Mayorga-Meléndez et ál., 2020).

Cabe resaltar que el espíritu emprendedor se presenta alrededor del mundo, donde 1 de cada 3 empresas son administradas por mujeres, registrando mayor representatividad con el 50% en América Latina por su perfil de economías emergentes y una mayor atracción de iniciar un negocio propio (Banco Mundial, 2020). Las mujeres se desarrollan principalmente en pequeños negocios de comercio y servicio, manifiestan un liderazgo participativo buscando el apoyo de su entorno cercano, su experiencia y habilidades de dirección en el hogar la trasladan a la hora de dirigir su empresa. Pese a ello, muestran un desempeño deficiente pues registran bajos niveles de ventas, carecen de planeación y presentan restricciones de acceso a créditos para que pueden crecer (Saavedra y Camarena, 2021).

Sumado a todo lo enunciado anteriormente, el impacto de la pandemia COVID-19 ha golpeado a este tipo de negocios en cuanto a financiamiento, reducción significativa de ventas, paralización total o parcial de industrias debido a las medidas adoptadas por los gobiernos (Vinelli y Maurer, 2020). A nivel global, las empresas declaran haberse visto perjudicadas con la disminución de hasta el 50% en ventas y la interrupción generalizada de suministro, cobrando relevancia la falta de capital de trabajo; en ese mismo contexto, la pandemia provocó el cierre de casi 2.7 millones de empresas en la región Latinoamérica, siendo las principales perjudicadas las micro y pequeñas empresas (Hernández, 2020; GEM, 2022).

Es importante acotar que, pese a que Perú fue uno de los países de Sudamérica en brindar una respuesta rápida en contención de la pandemia, no fue ajeno a presentar un efecto negativo. En el año 2020, se originó el cierre de alrededor del 40% de Mypes y las pocas Mypes que permanecieron en el mercado aumentaron su endeudamiento; además, la economía enfrentaba mayores tasas de desempleo (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020).

Ante la situación económica que se vivía al inicio de la pandemia, el gobierno peruano estableció medidas de estímulo para apoyar al sector empresarial. Uno de ellos fue el *programa Reactiva*, dirigido a otorgar financiamiento con tasas de interés muy por debajo del mercado a grandes, medianas y pequeñas empresas con el fin de que puedan cumplir con la cadena de pagos. Otro programa fue el *Fae Mype* quien brindó asistencia exclusivamente a micro y pequeños negocios y otorgó créditos de capital de trabajo. También, se otorgaron *bonos* para los distintos grupos de hogares afectados. Este último, consistió en un conjunto de subsidios económicos dirigido a las personas en condición de vulnerabilidad económica por la pandemia, siendo utilizado para los emprendedores como una fuente de financiamiento directa para iniciar o reiniciar su negocio (Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), 2020b).

El departamento de Piura, representa la cuarta región con mayor presencia de negocios a nivel nacional compuesta por 127,949 empresas; no obstante, dicho departamento no fue ajeno a sufrir los estragos de la COVID-19 dado que en el 2020 se dieron de baja a 1,694 empresas constituidas en su mayoría como persona natural con pequeños negocios lideradas por mujeres, además de producirse una reducción de ingresos mensuales y costos elevados por los proveedores (Silupú, 2021a; Silupú Garces, 2021b).

Ante ello, resulta crucial el papel de los organismos para desarrollar proyectos de inversión en educación, crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos femeninos, los cuales necesitan dinamizarse y adaptarse rápidamente para asegurar su continuidad en el mercado laboral. Por ello, la importancia de realizar un diagnóstico empresarial para conocer la situación actual por la que atraviesan los emprendimientos liderados por mujeres en Piura en tiempos de pandemia COVID-19,

con el fin de que se puedan diseñar e implementar políticas inclusivas permitiendo la pronta recuperación de los negocios.



Capítulo 2. Marco teórico

2.1. Gestión empresarial

Existen distintas líneas de investigación teóricas relacionadas a estudiar los tipos de emprendimiento. De esta forma, surge un estudio bajo un enfoque económico dirigido por Shumpeter (1934) en el cual destaca al emprendedor como un ser creativo que aporta dinamismo y progreso mediante sus innovaciones. En esta misma línea, más adelante Baumol (1990) determina la existencia de tres tipos de emprendedores; en primer lugar, menciona al emprendedor productivo, que es aquel que genera riqueza a través de la innovación como acción frecuente; en segundo lugar, hace mención al emprendedor improductivo, referido a quien se desenvuelve en ambientes que se dirigen a la realización de actividades ilegales, contribuyendo de esta manera a que las gestiones se vuelvan ineficientes y por lo tanto desalienten la asignación del esfuerzo empresarial y, por último, se menciona al emprendedor destructivo, quien hace uso de recursos ilegales para lograr fines comunes (Baumol, 1990).

Sin embargo, el emprendimiento no sólo ha sido abarcado desde un punto de vista económico, sino también desde una perspectiva socio-cultural mediante la Psicología Social al determinar que el emprendedor se ve impulsado a actuar por el comportamiento reflejado de su entorno (Allport, 1924; Moscovici, 1984). Así, la decisión de empezar un negocio propio está influenciado por factores de empuje tales como el desempleo, insatisfacción laboral y falta de ingresos; cómo también, de factores de atracción relacionados con la independencia, creatividad, flexibilidad y estabilidad entre la familia y trabajo (Orhan, M., y Scott, 2001) de ahí que se afirme que la intención emprendedora nace también de una necesidad al logro como una oportunidad de autorrealización (McClelland, 1961).

Sin embargo, también se analiza al emprendimiento desde el punto de vista de gestión empresarial. Dentro de ello, se encuentra la Teoría de Dependencia de Recursos, cuya premisa sostiene que la empresa necesita de recursos ya sea bienes tangibles como intangibles que ofrece el entorno para ejercer sus operaciones diarias, lo cual implica la capacidad del empresario de examinar y saber negociar con los agentes del mercado a fin de obtener satisfactoriamente a través del intercambio, los recursos que le impiden quedarse desabastecidos o resulte perjudicial para las actividades operativas y empresariales de su negocio (Pfeffer y Salancik, 1978; Wernerfelt, 1969). Adicionalmente, la teoría de cadena de suministros, refuerza la teoría anterior, dado que el empresario debe ser capaz además de coordinar e integrar procesos de compra y abastecimiento a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes lo que conlleva a mejorar la productividad de la empresa en términos de rentabilidad, mayor demanda y control de costos (Bowersox y Closs, 1996; Sachan y Datta, 2005; Visser, 2007).

Sumado a ello, cabe mencionar que la gestión empresarial también depende del sector y el tamaño de la empresa al determinar que los sectores consolidados en el mercado y de alto crecimiento son los que adoptan mejores prácticas de gestión como respuesta a las exigencias y

competitividad del entorno; asimismo, se enfatiza que son las empresas de mayor tamaño quienes ejecutan procesos de gestión basados principalmente en plan de ventas, presupuestos y negocios a comparación de las microempresas las cuales se encuentran aisladas dado que, principalmente, las mujeres que lideran un negocio, tienen responsabilidades familiares que la limitan a estar pendiente de sus actividades empresariales (Saavedra García y Camarena Adame, 2021).

En el caso peruano, a partir del año 2013, el criterio para definir las diferentes modalidades de empresa es a través del volumen de ventas anuales respecto al valor de una UIT (Unidad Impositiva Tributaria) amparado bajo normativa legal. Así, bajo la Resolución Directoral N° 0011-2021-MTPE/3/17.1 en donde señala al Decreto Supremo N°013-2013-Produce se define a las Mypes como aquellas unidades económicas dedicadas a actividades de extracción, producción y comercialización tanto de bienes como servicios con ventas anuales hasta 150 UIT para la microempresa y un rango de 150 UIT a 1,700 UIT para la pequeña empresa (ver tabla 1) (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTE], 2021).

Tabla 1

Clasificación del sector empresarial en el Perú

Tipo	Volumen de Ventas anuales	
	UIT ¹	Soles(S/)
Microempresa	Máximo 150 UIT	Hasta 690,000 ²
Pequeña	Más de 150 UIT hasta 1.700 UIT	Mayor a 690,000 hasta 7,820,000
Mediana	Más de 1.700 UIT hasta 2.300 UIT	Mayores a 7,820,000 hasta 10,580,000
Grande	Más de 2300 UIT	Mayores a 10,580,000

Nota. Datos obtenidos del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021).

Como se sabe, la importancia del estudio de las Mypes está en el papel decisivo que cumplen en el ambiente económico empresarial. Dentro de este sector, se destaca el rol que desempeña la mujer como agente generador de empleo y crecimiento (Marlow Y Carter, 2004; Diaz Y Jimenez, 2010) influyendo en la sociedad como madres, esposas y trabajadoras (Zapata y Nazar, 2000) a pesar de enfrentar barreras sociales por su condición de género sujeta a presiones patriarcales, dado que se argumenta que el hecho de ser mujeres afectara el desarrollo y el modo de dirigir una empresa (Marlow, 1997).

La mujer se caracteriza por su decisión a emprender, siendo motivadas por necesidad en vez de oportunidad. Por necesidad, referido a aquellos que emprenden por sentido de supervivencia, de generar ingresos que los ayude a cubrir sus necesidades básicas y, por oportunidad, a aquellos que

parten de una motivación interna para generar nuevas ideas de negocio y logran cubrir esa necesidad identificada dentro del mercado en donde se desenvuelven (Cromie, 1987; Harding, 1979; Buttner y Moore, 1998). Otra característica destacable es que la mujer participa en sectores menos rentables con el fin de equilibrar su labor familiar y profesional (Loscocco et ál., 1991; Skinner, 1992). Las mujeres emprendedoras muestran un liderazgo colaborativo y trasladan las habilidades, capacidades de organización y control del hogar al funcionamiento de sus negocios (Rosener, 1990; Koontz, H. O'Donnell, 1979).

No obstante, las Mypes lideradas por mujeres son las que presentan serios problemas en cuanto a gestión empresarial, ya que representan una menor tasa de supervivencia y productividad (Boden y Nucci, 2000). Uno de los obstáculos históricos y masivos es la dificultad para acceder a financiamiento externo, ya que dependen mucho de préstamos o créditos bancarios, lo que les impide crear nuevos productos y servicios; inician sus empresas con un reducido capital lo que dificulta obtener rendimientos crecientes a futuro, el cual se convierte en causal de fracaso en situaciones de crisis. Adicionalmente, no existe un manejo financiero de sus ingresos y costos, por lo que no tienen control de su efectivo o ganancias (Babbitt et ál., 2015; Garg y Phaahla, 2018; Guzmán y Rodríguez, 2008).

Sumado a ello, en cuanto a prácticas de dirección, las mujeres desarrollan menores capacidades y habilidades para ocupar puestos gerenciales que los varones (Lucas, 1998); a nivel interno, no cuentan con procesos de planeación consistentes a largo plazo que les permita tener una visión estratégica del negocio, no están organizadas formalmente incidiendo en costos y baja rentabilidad (Saavedra y Camarena, 2021), así como la falta de uso de herramientas digitales para dar a conocer sus productos, prevaleciendo aún técnicas de comercialización tradicionales que les impide generar grandes volúmenes de venta (Palomo, 2005).

Ahora bien, las teorías que hemos mencionado muchas de ellas se han desarrollado en tiempo de estabilidad o en condiciones normales de la economía, pero es diferente cuando existe un entorno incierto de la economía. Con la llegada de la COVID-19 se ha agudizado la problemática de las débiles prácticas y pocas habilidades de gestión para dirigir la empresa, sobre todo las Mypes las cuales, a diferencia de otra modalidad de empresas, muestran menor capacidad de enfrentar un descenso significativo de ingresos y restricciones de financiamiento bancario, cuyos sectores gravemente afectados fueron comercio, servicios y manufactura (Carrillo-Maldonado et ál., 2020).

Teniendo en cuenta la realidad del sector empresarial femenino, a continuación, sustentaremos las hipótesis de la presente investigación.

2.1.1 Fuentes de financiamiento

Diversos estudios teóricos se han dedicado a investigar la estructura de financiamiento de las empresas, encontrando de esta forma una serie de teorías que ayudan en la comprensión del

desarrollo del sistema para acceder a las diversas formas de financiamiento. Por esta razón, se menciona la Teoría de Estructura de Capital, la cual se basa en una serie de supuestos restrictivos destacando la existencia de un mercado libre de impuestos, en la que no se diferencia si una empresa decide financiarse con fuentes internas como los ahorros personales, préstamos de familiares y fuentes externas con deudas a largo plazo para realizar sus operaciones; concluyendo, que el valor de una empresa no se ve afectado por las fuentes que decida el empresario financiarse (Modigliani y Miller, 1958; Modigliani y Miller, 1963; Miller 1977).

Posteriormente, en la Teoría de Jerarquía, no hay una estructura óptima de capital, ya que existe un orden de preferencia por parte del empresario a la hora de realizar nuevas inversiones, es decir, comienza su negocio con ahorros propios, seguido de deuda con algún agente financiero y, por último, emiten acciones de tal manera que ante un déficit o limitación el empresario tiene diversas alternativas de elección de fuentes de financiamiento. Dicha teoría es de suma importancia, dado que muchas de las empresas tratan de financiarse con recursos internos mediante la reinversión de las ganancias generadas de su propio negocio (Myers y Majluf, 1984).

Sin embargo, la jerarquía de preferencia de financiamiento está relacionado al tamaño y antigüedad de la empresa, así lo sostiene la Teoría del Ciclo de Vida Financiero expuesto por Berger y Udell (1998) al recalcar que las necesidades de capital cambian a medida que las empresas ganan experiencia, así los negocios pequeños con poco tiempo en el mercado deciden confiar en ahorros propios y préstamos a conocidos, más adelante cuando logren alcanzar la madurez y sean autosuficientes con altos niveles de crecimiento y riesgo elegirán financiarse con capital externo.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, la mayoría de estas investigaciones realizan una clasificación, dividiendo en dos grandes grupos a las fuentes de financiamiento; por un lado, se encuentra las fuentes no bancarias o tradicionales, siendo aquellas que provienen del empresario o negocio, ya sea ahorros propios, ganancias emitidas por la misma actividad económica y préstamos familiares (Bernanke, 1983; Bernanke y Blinder, 1988; Coleman, 1998; Premaratne, 2002). Sin embargo, dentro de esta división, existen otras modalidades como los *Business ángel*, donde inversionistas brindan apoyo a los pequeños negocios al otorgarles capital; las *fintech*, instituciones que usan la tecnología para brindar servicios financieros y capital semilla, como un método para dar inicio a una idea de negocio (Palma, 2008).

Por otra parte, el otro grupo lo conforma las fuentes de financiamiento bancario, entre las más comunes están los préstamos a largo plazo que inyectan de liquidez a las empresas de mayor tamaño cumpliendo ciertas condiciones, además de otras alternativas como *leasing* y *factoring*; siendo los bancos los agentes financieros más recurrentes para otorgar este tipo de financiamiento. Asimismo, los microcréditos son una alternativa accesible para los pequeños negocios con pocos años en el mercado y bajos niveles de ingresos pero con tasas superiores dado el nivel de riesgo que maneja el

empresario, en la que las cajas municipales y rurales han jugado un papel importante en el otorgamiento de este tipo de créditos a Mypes (Torres, 2015).

Sin embargo, la elección de las fuentes de financiamiento tiene mayor presencia en la fase inicial de los negocios de propiedad de mujeres, dado que invierten menos capital a diferencia de los hombres (Brush, 1992); por ende, demandan menor financiamiento externo, condicionado por actitudes como la aversión al riesgo y características propias de la empresa (Buttner y Rosen, 1989; Riding y Swift, 1990) donde los mayores limitantes son las garantías, tasas, montos y plazos elevados (Carter y Rosa, 1998). Otro rasgo a tomar en cuenta, es la alta concentración de mujeres en sectores calificados de riesgo alto, denegándoles préstamos y créditos por falta de historial crediticio más aún, se comenta de prácticas discriminatorias de género (Verheul et ál., 2009; Robb y Wolken, 2002).

Por lo tanto, en tiempos de crisis el financiamiento se convierte en el pilar de supervivencia y crecimiento para las empresas, pero a la vez en un recurso limitado e inaccesible en algunos casos para las mujeres emprendedoras. La emergencia sanitaria originada por la COVID-19 ha obligado a las empresas a solicitar financiamiento bancario como medida inmediata para frenar las consecuencias de falta de capital y disminución de ventas (Jacob, 2021; Liu et ál., 2021b). Ante tal situación de necesidad, los gobiernos a nivel mundial implementaron diversos programas y estímulos económicos a través de préstamos, créditos en reforma fiscal y tributaria con el fin de inyectar liquidez a los negocios más afectados (Gomar, 2020) sobre todo para las mujeres dado que presentan lenta recuperación, mayor carga familiar y laboral a consecuencia del confinamiento (Organización de los Estados Americanos y Comisión Interamericana de las Mujeres [OEA Y CIM], 2020).

En consecuencia, el Gobierno Peruano promovió medidas de financiamiento no convencionales a las empresas para garantizar la reactivación económica de los sectores empresariales mediante la ejecución de un paquete de subsidios económicos y programas de financiamiento con intermediación de instituciones bancarias administrado por la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) creándose *Reactiva Perú*, *Fae Mype* y un conjunto de *bonos*, como fuentes de liquidez para las empresas.

El programa *Reactiva Perú*, consiste en el otorgamiento de préstamos a las empresas formales para asegurar la continuidad de cadena de pagos, sus obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores y aunque fue un monto financiado por el gobierno a través de COFIDE fueron evaluados y desembolsados a través de las entidades del sistema Financiero (ESF). El monto de préstamo otorgado a través de este programa no debía exceder los S/10 millones por empresa y se otorgaba un año de período de gracia y un plazo máximo de 36 meses; además, las tasas de interés fueron menores al 2%. Las empresas que accedieron a esta fuente de financiamiento son empresas formales en condición de persona natural o jurídica, no tienen deuda tributaria con Sunat mayor a 1 UIT (S/4,300)

a la fecha de solicitud del préstamo y cuentan con buena calificación crediticia ante la central de riesgos de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) (Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), 2020b).

Asimismo, se les exigía garantías de acuerdo al monto desembolsado por la empresa. En la Tabla 2, se muestra los porcentajes máximos de cobertura de las garantías brindadas en las dos fases de emisión de *Reactiva Perú*, dado que a la segunda fecha se amplió el monto de línea de crédito para beneficiar a una mayor cantidad de empresas (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2020).

Tabla 2

Porcentaje de Cobertura según crédito Reactiva Perú

Monto de crédito (en soles)		Garantías (%)
Reactiva Perú ³	Reactiva Perú ⁴	
Hasta 30 000	Hasta 90 000	98%
De 30 001 a 300 000	De 90 001 a 750 000	95%
De 30 001 a 5 000 000	De 750 001 a 7 500 000	90%
De 5 000 001 a 10 000 000	De 7 500 001 a 10 000 000	80%

Nota. Datos obtenidos de Ministerio de Economía y Finanzas (2020).

Cabe resaltar que el monto de crédito y la garantía depende del nivel de ventas de la empresa, que como mínimo la empresa debe declarar 3 meses de ventas promedio del año 2019, de acuerdo a lo registrado en la Sunat, o si es una microempresa, sustentar el equivalente a 2 meses promedio de deuda del 2019, dado que el nivel de ventas se considera como historial crediticio (Diario el Peruano, 2020).

Así mismo, el Gobierno Peruano a través del Banco Central de Reserva del Perú (2020) informó que entre los periodos de marzo y octubre del 2020, *Reactiva Perú* benefició a más de medio millón de empresas, de las cuales el 98% fueron otorgados a Mypes destinando préstamos hasta por S/60,000 millones, teniendo como principal aval al Estado, donde el comercio fue el sector más afectado por el confinamiento, pero con mayores cantidades de crédito brindado.

Respecto a la emisión de créditos en las instituciones financieras, como se observa en la tabla 3, los bancos registraron más del 90% de participación en desembolsar la mayor cantidad de créditos a las empresas, seguido de las cajas municipales aproximadamente el 4% y en menor medida las financieras y cajas rurales (Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), 2020a).

Tabla 3*Porcentaje de Participación de las ESP en Reactiva Perú*

Descripción	Empresas del Sistema Financiero (ESF)				Totales
	Bancos	Financieras	Cajas Municipales	Cajas Rurales	
Cantidad de Beneficiarios	372,429	20,060	65,581	13,802	471,872
Monto de garantía (millones de soles)	45,112	207	1,887	244	47,450
% de participación	95.07%	0.44%	3.98%	0.51%	100%

Nota. Datos obtenidos de COFIDE (2020)

Además de ello, hay que resaltar dos escenarios; primero, se encuentra aquellas empresas que no tenían créditos pendientes antes de pandemia, y por el otro lado, aquellas con una deuda pendiente en alguna institución financiera. En ambos casos, dado el contexto de emergencia sanitaria, las empresas decidieron contraer deuda bajo la modalidad de *Reactiva Perú* ante la necesidad inmediata de capital así como recurrir en busca de crédito a otra institución financiera a la que inicialmente estaban endeudadas, como consecuencia los bancos junto a las cajas municipales registraron la mayor participación en emisión de créditos de este tipo de financiamiento otorgado por el Gobierno (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2020b).

Por otra parte, se encuentra el Fondo de Apoyo Empresarial, denominado *Fae Mype*, dirigido exclusivamente a las micro y pequeñas empresas. Cuenta con un fondo de S/800 millones, asimismo tienen las mismas condiciones de acceso del *Reactiva Perú*, pero con un monto máximo de S/30,000 según capacidad de pago, plazo de hasta 36 meses con un período de gracia de 1 año, y cuya tasa de interés varía según el acuerdo con la entidad bancaria. Respecto a la garantía, depende del nivel de crédito otorgado, así para préstamos hasta S/10,000 equivale al 98% de cobertura, mientras para créditos entre un rango de S/10,001 a S/30000 está con una cobertura del 90% (Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), 2020a). Este fondo tuvo 2 etapas: la primera dedicada a reestructurar o reprogramar deudas y la segunda en otorgar préstamos de capital de trabajo, canalizado mediante las instituciones financieras además de cooperativas de ahorro y crédito. En ambas etapas, cerca del 98% de beneficiarios fueron las micro y pequeñas empresas, donde el 60,1% de empresas solicitantes fueron

del sector comercio, de tal manera que al finalizar el año 2020 se emitieron alrededor de S/2,682 millones de créditos, dirigido a más de 280,000 Mypes (Diario el Peruano, 2021).

Además, cabe resaltar que, a diferencia del *Reactiva*, el *Fae Mype* ha tenido mayor protagonismo las cajas municipales como financieras tanto en la reprogramación de deudas (Fase I-*Fae Mype*) como en emisión de créditos (Fase II-*Fae Mype*). En la Segunda etapa, las CMAC o cajas municipales registraron cerca del 45% de participación en créditos desembolsados, las financieras (25%) y los bancos (23%), dado que en esta fase se incluyó también a las cooperativas como agentes en otorgar créditos y se amplió a 48 las entidades bancarias intermediarias (ver tabla 4) (Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), 2020a).

Tabla 4

Porcentaje de Participación de las ESP en Fae Mype-Fase I Y Fase II

ESF	FAE MYPE I			FAE MPYE II		
	Beneficiarios	Monto	%	Beneficiarios	Monto	%
Bancos	30,134	518	37.89%	27,959	337	23.39%
Financieras	42,129	454	33.21%	57,619	354	24.57%
CMAC	25,247	337	24.65%	96,002	658	45.66%
CRAC	6,492	42	3.07%	3,576	28	1.94%
Edpymes	1,275	16	1.17%	8,184	28	1.94%
Coopac	0	0	0%	6,971	36	2.5%
Totales	105,277	1367	100%	200,311	1441	100%

Nota. Datos obtenidos de COFIDE (2020).

El apoyo brindado se dió a cada uno de los sectores más afectados por la pandemia, de ahí de que se creara nuevos programas de financiamiento alineados al *Fae Mype* como *Fae turismo*, para promover créditos a Mypes del sector turismo como agencias de viajes, comercialización de mercancías; *Fae Agro* otorgó créditos a pequeños productores agropecuarios con plazos de hasta 12 meses y *PAE Mype* enfocado en brindar financiamiento a las empresas que han retomado sus actividades (COFIDE, 2020).

No obstante, el Gobierno no solo brindó asistencia a los empresarios a través de programas de apoyo empresarial antes mencionado, sino también otorgó medidas de protección social a las personas más afectadas por la pandemia en forma de *bonos* ya que se vieron obligadas a paralizar sus actividades dejando de percibir ingresos por mucho tiempo. La Defensoría del Pueblo (2020) a través de un Informe Especial N° 025-2020-DP realiza un análisis detallado de este tipo de subsidios económicos.

Así, el Gobierno de Martín Vizcarra anunció la entrega de *bonos* con diferentes montos y cada cierto periodo de tiempo, con el apoyo de instituciones financieras para sus respectivos pagos. Inicialmente, en los primeros días de pandemia, se emitió el *Bono "Yo me quedo en casa"* con un monto de S/760, medida inmediata para proteger económicamente a las personas con pocos recursos para afrontar la pandemia, aprobada mediante Resolución Ministerial N° 062-2020-MIDIS el 18 de marzo concebida para 2, 750,000 mil hogares.

Más adelante, el 27 de Marzo se promulgó bajo decreto supremo N° 033-2020 la creación de un nuevo subsidio monetario llamado *Bono "Independiente"* enfocado en brindar asistencia económica a un miembro del hogar cuyo ingreso dependía de actividades independientes en su mayoría informal, con un monto de cobertura total de S/760, los cuales se vieron impedidos de laborar dejando de percibir recursos para sostener los gastos de la casa y negocio, sin embargo, el padrón de beneficiarios se amplió a través de las Resoluciones Ministeriales N° 075 y 080-2020-TR del 01 y 25 de abril aprobadas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Este tipo de *bono* particular, fue concebido para beneficiar a más de 700 mil hogares, cuyos criterios para aplicar consistieron en la clasificación de hogares no pobres según el PGH del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), pertenecer a un hogar con vulnerabilidad sanitaria, no ser beneficiario de algún programa social, ya sea *Contigo, Juntos y Pensión 65* ni del *bono "Yo me quedo en casa"* y, por último, los miembros del hogar no deben estar en planilla del sector público o privado, cuyos ingresos mensuales además deben ser menores a S/1,200 según lo reportado por Sunat y la SBS.

Por otra parte, el ejecutivo declaró el 19 de Abril del 2020 otra medida de alivio económico conocida como *Bono "Rural"*, dirigida únicamente a las personas que realizan alguna actividad agraria aprobado por el Decreto de Urgencia N° 042-2020 y Resolución Ministerial N° 079-2020-MIDIS otorgado por el monto de S/ 760, a favor de 830,000 hogares de zonas rurales que reúnan los siguientes criterios: ser consideradas hogares de pobreza o pobreza extrema según lo emitido por el Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH) y del Ministerio de Agricultura, además de no ser beneficiario de los *bonos* otorgados anteriormente.

Al igual que el *Bono "Yo me quedo en Casa"* e *"Independiente"*, el Gobierno canalizó el pago de estos beneficios a través de Instituciones Financieras, en su mayoría bancos y cajas municipales, a través de depósito en cuenta directo o banca celular para evitar contagios. Sin embargo, la problemática se presentó al momento del cobro, ya que muchas personas que resultaron beneficiadas con estos *bonos* no contaban con alguna cuenta bancaria, sobre todo la población de zonas rurales cuyo acceso a servicios de internet y bancario es limitado. Para este grupo de zonas rurales se diseñaron otras formas de pago como giro en ventanilla en el banco de la Nación, o en un cualquier punto estratégico según cronograma como colegios.

Y por último, el Gobierno otorgó el *Bono "Universal Familiar"* mediante el Decreto de Urgencia N° 052- 2020 y Resoluciones Ministeriales N° 087-2020-TR y N° 085-2020-MIDIS, con un alcance de 600 mil hogares aproximadamente para la zona urbana y 250 mil en el ámbito rural, orientado a brindar asistencia con S/760 a aquellos hogares que cumplan con requisitos como pertenecer a hogares con calificación de pobreza o pobreza extrema de acuerdo al Sistema de Focalización de Hogares (Sisfoh), ser hogares beneficiarios de programas sociales: *Contigo, Juntos y Pensión 65*; así mismo, no encontrarse en planilla del sector privado, excepto a los pensionistas y de modalidad formativa; además, no haber recibido algún *bono* anterior, y finalmente, debían ser hogares cuyos integrantes no perciban un ingreso mayor de S/3,000.

Asimismo, para el cobro se recurrió a diversos canales digitales de las entidades bancarias (depósito en cuenta del Banco de la Nación u otro banco privado, billetera Tunki de Interbank, Yape del BCP) con el fin de ampliar los medios de atención y ayudar a más personas a estar bancarizadas en el sistema financiero peruano.

Pese a los esfuerzos del Gobierno por implementar medidas de financiamiento bancario es evidente el efecto negativo de las empresas lideradas por mujeres, dado que presentan un riesgo inminente del cierre de sus operaciones a causa de la menor capacidad de acceso y ampliación de crédito financiero para hacer frente a la falta de liquidez (Giles, 2020) de ahí la importancia del financiamiento externo como puente conector de recuperación en la gestión empresarial de las micro y pequeñas empresas (Carbó y Rodríguez, 2020).

De acuerdo a los argumentos presentados, se plantea la siguiente hipótesis:

H1: Las Mypes lideradas por mujeres han recurrido a fuentes de financiamiento no convencional incentivadas por el gobierno en época de la COVID-19.

2.1.2 Niveles de ventas en el emprendimiento

Las ventas brindan dinamismo a la actividad operativa de un negocio, así los estudios teóricos existentes manifiestan su importancia en la gestión empresarial, además de describir un conjunto de teorías relacionadas al proceso de venta. Uno de ellos, hace referencia al postulado de Kaldor (1955) cuyo autor recalca la importancia de invertir para capturar demanda, siendo las ventas el factor generador de ganancias. Desde la posición de Smith (1976) las ventas varían según el comportamiento de ley de la oferta y demanda, cuyos precios se ven influenciados por el valor de uso y de cambio en distintos escenarios.

Desde otra perspectiva, el proceso y gestión de ventas es abarcado bajo un aspecto psicológico. Dentro de este aspecto se hace referencia a la Teoría de Estímulo-Respuesta, el cual se basa en la persuasión y aprendizaje, donde el vendedor resulta un agente clave que controla y comprende las necesidades del cliente (Pavlov, 1986). Más adelante, se crea la teoría formulista o modelo AIDA haciendo referencia al proceso de compras en etapas: Atención, Interés, Deseo y Acción,

aquí el fin único es vender sin importar el beneficio al cliente, careciendo de planificación estratégica para consolidar una venta (Lewis, 1898). Otro elemento, es la teoría necesidad-satisfacción enfocado en atender necesidades, establecer relaciones sostenibles y rentables con el cliente (Maslow, 1991).

Algo similar ocurre en cuanto a la influencia de las ventas dentro de la gestión empresarial, puesto que resulta un factor crítico para determinar la productividad de una empresa. Sin embargo, es preciso recalcar, que las Mypes lideradas por mujeres suelen ser menos competitivas que la de los hombres, presentando diferencias en cuanto a gestión de ventas, se posicionan en sectores con bajos niveles de ingresos, carecen de liquidez y flujo de efectivo (Reyes et al., 2004; Danes et al., 2007). También, muestran un desempeño negativo relacionado a bajos niveles de ingresos, debido al uso de técnicas de comercialización tradicionales, desconocimiento de marketing y dificultad para acceder a financiamiento externo (Gómez, 2002; Aragón Y Rubio, 2005).

Adicional a lo expuesto anteriormente, se evidencia que las mujeres invierten mayor tiempo en el cuidado de sus hijos a diferencia de los hombres, por ende, son ellos los que presentan un mayor potencial al convertir el capital financiero en ingresos (Diaz Y Jimenez, 2010). Ante ello, las mujeres registran bajos niveles, menor acceso a financiamiento externo, digitalización que les impide crecer y ser competitivos en el mercado (Al Marzouqi Y Forster, 2011; Saavedra, 2020) donde por narrativa histórica las emprendedoras registran bajos niveles de ventas ante ambientes de recesiones económicas (Manolova et al., 2020).

El escenario de la COVID-19 es retador, a pesar que las Mypes reflejan caída en más del 50% de sus ventas mensuales, debido a la menor demanda impactando en su capacidad para hacer frente a sus obligaciones (Huilcapi et al., 2020; Fairlie, 2020; Cartagena et al., 2020) se encuentran, como lo señala Serna-Gómez et al., (2020) en una fase de estrategia de crisis, que implica la reducción de sus gastos y costos para tratar de recuperar sus niveles de venta normales gracias también a su mayor demanda de financiamiento y posterior recuperación económica (Bartik et al., 2020).

La nueva gestión de ventas requiere ajustar el modelo de negocio operativo, incorporando el comercio online complementado con servicio de *delivery*, medios digitales de pago para sobrevivir, conociendo cambios en el consumo y comportamiento de compra del cliente (Fabeil et al., 2020).

De acuerdo a los argumentos presentados, se plantea la siguiente hipótesis:

H2: Las Mypes lideradas por mujeres lograron recuperar sus ventas en tiempo de pandemia debido al acceso de fuentes de financiamiento no convencional otorgadas por el gobierno

2.1.3 Sector Comercio

Dentro del marco empresarial se han realizado estudios para dar a conocer los sectores de mayor concentración de Mypes. Diversos autores realizan clasificaciones al ámbito empresarial por actividad económica: claves, bases e impulsores (Rasmussen, 1956), así como sectores primarios, secundarios y terciarios (Banco Mundial, 2017); destacando el sector comercio por su aporte al

crecimiento económico del PBI, ocupación y fuente activa de empleo (Santiago, 2003; Sector et ál., 2011; Mora-Riapira et al., 2015).

El comercio se ha constituido un sector feminizado por su rol productivo en dos campos: mayorista y minorista, a comparación del hombre, cuyo trabajo se ha consolidado en sectores de producción, manufactura y construcción (Álvarez y Tilly, 2006), la mujer prefiere incursionar en el sector minorista, ya que es una labor flexible a su vida como madre y empresaria, presencia de antecedentes y legados familiares (Cooper, 1993; Hoy y Verser, 1994; Grande, 2001).

También, el sector comercio se caracteriza por no requerir mayores capacidades para entrar a operar al mercado, y no exige grandes montos de capital para invertir. Es un sector con menor riesgo, consistente en la compra y venta de mercadería, equipos o insumos, las cuales no demandan al empresario realizar cuantiosas inversiones, solo un capital de trabajo (Almeida et al., 2018). Ante las pocas restricciones de habilidades empresariales de las mujeres en este sector es donde se han dinamizado, siendo las bodegas o tiendas de barrio, lugares de trabajo femenino tradicionales pero exitosas por el volumen de ventas generado y cercanía a los consumidores que les permite estar pendientes del cuidado del hogar (Santa et al., 2019).

Sin embargo, el comercio presenta problemas al no tener diseñado un plan estratégico que permita actuar ante la competencia, falta de nuevos métodos de gestión comercial, diversificación, y estudio de cambios de hábitos del consumidor (Díaz Morales, 2000; Sanmartín et al., 2004) dependiendo su supervivencia de la incorporación de herramientas tecnológicas a fin de ganar mercado frente a otras cadenas comerciales (Rodríguez del Bosque et al., 1998; Bocanegra y Vázquez, 2010).

Dichos problemas se evidenciaron y agudizaron aún más con la coyuntura de la COVID-19, al experimentar un descenso significativo de la demanda a causa de las restricciones de distancia social y regulaciones del gobierno, provocando la paralización y cierre de establecimientos, siendo las propietarias mujeres vulnerables ante una lenta recuperación frente a las crisis (Dua et ál., 2020) (Llorente Heras, 2020). Pese a que el sector comercio mostró resultados negativos por un buen tiempo tras el descenso de hasta 50% de los niveles de venta y su menor capacidad de obtener financiamiento bancario, se ha convertido en el sector con mayor dinamismo y recuperación, donde las mujeres han sobresalido por su capacidad de adaptación al entorno al incluir el comercio electrónico parte de la gestión en sus empresas (Fairlie y Fossen, 2021).

Liderar empresas del sector comercio implica en tiempos de la COVID-19 invertir en costos de salud, implementar protocolos de seguridad en sus tiendas, pero sobre todo innovar el modelo de negocio tradicional al tecnológico, teniendo en cuenta que hoy existe el consumidor digital (Shafi et ál., 2020). La nueva normalidad sostiene la transformación del modelo de negocio pensando en

estrategias como la digitalización, teniendo al comercio electrónico (presencia en redes sociales) como el mejor aliado para tener contacto con los clientes (Loase y Desai, 2020; Montiel et ál., 2021).

Para el caso peruano, cabe la necesidad de determinar los principales efectos en las Mypes comerciales, donde la mujer registra una gran participación comparado con países de la región, siendo el motor de reactivación económica ante la crisis sanitaria (León-Mendoza, 2019; GEM ,2020).

De acuerdo a los argumentos presentados, se plantea la siguiente hipótesis:

H3: Las Mypes del sector comercio lideradas por mujeres son las que fueron afectadas por la COVID-19, pero han mostrado una mayor recuperación.

2.2 Evidencia empírica

La pandemia no solo está ocasionando daño en la salud de las personas, sino también en los sectores empresariales. Así se encuentran estudios globales relacionados a determinar el impacto de la COVID-19 en las empresas de Pakistán, tal como lo sostiene los autores Shafi et ál. (2020) cuyos resultados reportan la reducción de ventas, bajos márgenes de ganancias e insuficientes prácticas de planeación, dicha problemática se agudiza en las Mypes por poseer pocos recursos financieros para adaptarse a los cambios.

Ante tal contexto, a través de una investigación cuantitativa se determinó que las microempresas son frágiles para acceder a financiamiento pues tienen que lidiar con problemas burocráticos y exigencias de historial crediticio, evidenciando su corta supervivencia en el mercado, tal y como lo afirma Bartik et ál. (2020). El impacto de la pandemia no ha sido ajeno a la actividad empresarial de las mujeres, quienes presentan problemas económicos y laborales, cuyo efecto es aún más complicado por su condición de desigualdad de género, cierre de negocios, poca probabilidad de obtener apoyo financiero y recuperación lenta tras la crisis sanitaria (Liu et ál., 2021b).

En los países en vías de desarrollo el estado de las microempresas es crítico, presentan poca capacidad financiera para cubrir sus cuentas por pagar, puesto que han paralizado sus actividades dejando de percibir ingresos por un determinado tiempo, destinando la mayor parte de sus gastos al alquiler del local (Carrillo-Maldonado et al., 2020). En relación a ello, las empresas percibieron notables pérdidas tras el descenso significativo de hasta el 50% de sus ventas lo que las llevó a tomar decisiones alternativas como el despido de personal, cese de operaciones lo que les dificulta la posibilidad de encontrar financiamiento más adelante (Huilcapi et ál., 2020).

En este entorno de incertidumbre, los microempresarios empezaron a diseñar distintas alternativas de supervivencia para asegurar la continuidad comercial de sus empresas, dentro de las estrategias adoptadas se encuentra la venta por redes sociales como respuesta al cambio del comportamiento del consumidor, cuya intención de compra en la crisis se orientó a productos básicos de alimentación y salud, disminuyendo la demanda de productos no esenciales (Fabeil et ál., 2020). Asimismo, las empresas tuvieron que realizar otro tipo de ajuste a su modelo de negocio al brindar

facilidades de pago mediante canales digitales a sus clientes, lo que involucra que los empresarios tuvieron que capacitarse para trasladar sus habilidades de venta presencial hacia la venta en plataformas *online* (Campbell y Fransi, 2021).

El impacto de la pandemia no sólo es diferenciado por tamaño de la empresa sino también por sector; en la investigación realizada por Cartagena et al. (2020) a través de un muestro no probabilístico administrada a 300 empresas distribuidas en comercio, industria y servicios, se concluyó que los negocios de actividad comercial son las más afectadas por su disminución considerable en ventas, falta de adaptación del modelo de negocio, falta de liquidez para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo estando en juego la sostenibilidad a futuro de la empresa.

Por otro lado, en el Perú son escasas las investigaciones que tratan de profundizar los impactos de la COVID-19 en las empresas, más aún existen pocos estudios dedicados a realizar un diagnóstico de la situación de las Mypes tras la pandemia en las regiones, en este caso en Piura. La investigación de Colina et al. (2021) dirigido a más de 100 establecimientos del Emporio Comercial de Gamarra en Lima concluyó que las Mypes presentan baja productividad al caer en la improvisación, adoptando sin alguna estrategia clara medidas inmediatas como la venta por *Delivery*, presentando problemas en la disminución de la demanda, altos costos de seguridad sanitaria y pérdidas de rentabilidad .

Más allá de los graves efectos de la COVID-19 en los negocios, cabe resaltar que las mujeres aún desarrollan escasas prácticas de gestión empresarial al no contar con una estructura formal que le permita mejorar sus ventajas competitivas pues carecen de naturaleza jurídica, lo que les dificulta tomar decisiones financieras, expandir su negocio a través de alianzas estratégicas para ganar competitividad en el mercado; además, se determinó que la mujer dedica la mayor parte de su tiempo a su labor familiar de madre que como empresaria descuidando la gestión de su negocio (Saavedra y Camarena, 2021).

Capítulo 3. Metodología

3.1. Población y muestra

El tipo de investigación es cuantitativa, la cual permite obtener información adecuada para ser procesada y analizada, además cuenta con un diseño transversal logrando de esta forma dar respuesta con mayor exactitud a las variables del entorno que influyen en el desempeño empresarial de los pequeños negocios liderados por mujeres en tiempos de la COVID-19. El estudio se lleva a cabo en el departamento de Piura, donde el 99% son micros y pequeñas empresas, por ende, la población de Mypes piuranas asciende a 126 mil inscritas formalmente en Sunat (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2021). Al tercer trimestre del año 2021, de las nuevas empresas constituidas en ese año, el 56% son lideradas por mujeres. Del total de Mypes en la región Piura, aproximadamente el 63% se encuentran ubicadas en la provincia de Piura (Silupú, 2022).

Para realizar esta tesis de grado, se ha tomado la definición de una muestra representativa, que de acuerdo a la literatura determina que una muestra mayor a 100 participantes brinda certeza y representatividad para extraer la información que se desea medir (López, 2008; Simancas Pallares et al., 2016). De este modo, debido a que no se dispone de un padrón de emprendimientos femeninos en la ciudad de Piura, para determinar el tamaño muestral se tomó en cuenta una muestra representativa conformada por 150 negocios utilizando un muestro no probabilístico de bola de nieve, el cual consiste en la recomendación de parte de sujetos iniciales hacia otros sujetos que posean las mismas características de nuestro objeto de estudio (Deslauriers, 2004).

Cabe señalar que para la selección de la muestra se determinaron características fundamentales para su correcto estudio, de esta forma debían ser micro y pequeñas empresas con ventas menores a S/1700 UITs, sean lideradas por mujeres y que su negocio tenga al menos dos años de operación antes de la pandemia. Estos negocios pertenecen al sector comercio, servicio y manufactura no siendo necesario estar registrados en SUNAT, siendo recomendadas por las mismas personas encuestadas y que han tenido disponibilidad de tiempo para participar de manera voluntaria y anónima en este estudio.

3.2. Instrumento

Se diseñó un cuestionario de carácter anónimo dirigido a las propietarias de Mypes de la ciudad de Piura que permite medir las variables en estudio. El proceso de desarrollo de la encuesta consistió en conocer, en primer lugar, las características sociodemográficas como la edad, distrito, número de hijos, estado civil, educación, sector y años del negocio; posterior a ello, se interrogó acerca de temas relacionados a gestión empresarial respecto a financiamiento y ventas; por último, se administró preguntas sobre el impacto de la COVID-19 en los negocios y la perspectiva de recuperación de la empresaria.

El cuestionario (Ver anexo 1) estuvo compuesto por 26 preguntas dividida en dos secciones. La primera sección, relacionado al Contexto Demográfico y Laboral, está compuesta por 3 preguntas orientadas a brindar información personal, académica y laboral de la empresaria, iniciando por aquellas preguntas enfocadas a medir el perfil demográfico y educativo de la emprendedora 1.1, 1.2, 1.3, 1.4 y 2.1, tomando como referencia un Modelo de Encuesta a Micro y Pequeñas empresas realizado por la Dirección general de Estadística, Encuestas y Censos de Paraguay (2016); asimismo, en el contexto laboral se diseñaron preguntas tomando como base la Encuesta Nacional de Hogares-ENAH0 (2019)-Sección: Descripción General del Negocio; correspondiente a los Ítems 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5 y 3.6. La segunda sección está conformada por 23 preguntas para conocer la gestión empresarial de las mujeres al inicio de las operaciones de su negocio, antes y durante la pandemia, adaptando las preguntas 4, 5, 20, 21, 22 y 23 de la Encuesta de Micro y Pequeña empresa (EMYPE) a la realidad actual implementada por el INEI (2013).

Cabe precisar, que del instrumento, la pregunta 3 se realizó para medir la variable sector; las preguntas 6,7 y 8 se dispuso para medir la variable ventas; y finalmente, financiamiento se administra en diferentes interrogantes; las pregunta 9, 10 y 11 para financiamiento inicial; preguntas 13 y 14 para financiamiento antes de la COVID 19, preguntas 15, 16 y 17 para determinar el financiamiento actual y la pregunta 19 para saber si la empresaria ha accedido a nuevas fuentes de financiamiento no convencionales otorgadas por el Gobierno. Las tres variables expuestas fueron diseñadas tomando como modelo la Encuesta Nacional de Empresas-ENE (2015)-Capítulo I, Encuesta Edpyme (2013)-Capítulo X y un Modelo de Encuesta a Microempresas realizado por Alcas y Morante(2019). Todos los datos obtenidos fueron procesados y analizados a través del programa estadístico STATA 16.

El instrumento fue validado por 2 expertos, dentro de ellos se encuentra la Mgr. Fabiola Alcas y la Dra. Brenda Silupú, ambas expertas en la materia pertenecientes a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Piura (UDEP) quienes brindaron la conformidad para continuar aplicando las encuestas. Cabe aclarar que este tipo de validez es de contenido, cuya conformidad no se expresa en estadísticas pero se basa en la experiencia y evaluación de expertos en el tema en estudio con trayectoria para emitir juicios o valoraciones (Chavez, 2007; Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008).

Dicho instrumento se administró por medio de llamada telefónica con una duración de 15 a 20 minutos en promedio, previa coordinación de disponibilidad de horario con la emprendedora para llevar a cabo satisfactoriamente la encuesta logrando que pueda acceder de manera voluntaria a la aplicación de dicho instrumento.

En cuanto a la confiabilidad, se aplicó una prueba piloto con la participación de 50 Mypes en situaciones similares al estudio de campo, permitiendo el buen desarrollo del cuestionario más adelante. Los autores Cohen y Swerdlik (2001) afirman que este tipo de ensayos no deben ser menos

de 5 personas, para obtener mayor probabilidad de que el instrumento es confiable y de esta forma garantizar la validez y eficacia, disminuyendo los posibles errores en la obtención de resultados (Reyes y Raamón, 2013; Mayorga Ponce et al., 2020).

3.3. Variables

Se ha creado en esta investigación una variable dependiente, denominada desempeño empresarial, la cual se ha elaborado tomando en cuenta las preguntas 6,7 y 8 del instrumento, tomando el valor de 1 si la empresa disminuyó sus ventas en el 2020, el valor de 2 si aumentó y el valor de 3 si a pesar de verse afectado por la pandemia ha logrado recuperarse económicamente, como consecuencia de nuevas estrategias de venta online y canales de pago digitales. Asimismo, se muestra las variables independientes en la matriz de consistencia (Ver anexo 2), la cual se pasa a detallar:

Financiamiento, es una variable cualitativa, dicotómica y con escala nominal, donde toma el valor de 1 para mostrar el nivel de endeudamiento de las Mypes, así como conocer las fuentes de financiamiento utilizadas por la empresaria desde que inició su negocio, antes y durante la COVID 19. La otra variable en estudio es ventas, una variable cuantitativa, numérica que busca evaluar el comportamiento de las ventas mediante el reflejo del volumen de ventas mensuales durante los períodos 2019, 2020 y 2021 expresado en nuevos soles. Y, por último, se encuentra sector, una variable cualitativa, dicotómica y nominal donde toma el valor de 1 para referirse al sector comercio y el valor de 0 si se trata de los sectores de manufactura y servicios, en la que se pretende identificar qué tipo de sector ha sido el más afectado por la pandemia pero que ha mostrado mayor recuperación en el 2021.

Por otro lado, con el propósito de construir un perfil demográfico de la empresaria se incluye algunas variables de control como edad, variable cuantitativa que indica la cantidad de años de la emprendedora; distrito, es una variable cualitativa nominal que tiene cinco opciones de respuesta: 1 Piura ,2 Castilla, 3 26 de Octubre, 4 Catacaos y 5 Otros, la cual muestra el lugar de residencia de la empresaria encuestada; estado civil, corresponde a una variable cualitativa nominal, teniendo 4 opciones de registro: 1 soltera,2 Casada, 3 Conviviente y 4 Otros, incluyendo a Divorciada o Viuda. También se incluye el Número de hijos dependientes variable cuantitativa que muestra el número de hijos que dependen del sustento económico de la emprendedora. Nivel académico, es una variable cualitativa-nominal, que busca determinar el nivel de estudios alcanzado por las emprendedoras encuestadas a través de categorías: 0 sin instrucción, 1 Primaria Completa,2 Secundaria Completa, 3 Técnica o Universitaria Completa y 4 Otros. Finalmente, se encuentra la variable cuantitativa correspondiente a edad del negocio, que busca determinar el número de años de funcionamiento de la empresa independientemente de su constitución.

3.4 Método de estimación

En este trabajo de investigación una vez recopilada la información de las 150 Mypes encuestadas, se empezó a codificar las respuestas en excel para facilitar el análisis y posterior procesamiento de datos a través del software STATA versión 16. Además, se diseñó una matriz de correlación que permita realizar un análisis descriptivo de las variables estudiadas, y también se utiliza prueba de hipótesis a través del estadístico chi-cuadrado para contrastar la asociación existente entre las variables.



Capítulo 4. Resultados y discusión

4.1. Análisis de resultados

En este apartado, se muestran los resultados a cada una de las hipótesis planteadas al inicio de la investigación tomando en cuenta cada una de las variables propuestas en este estudio.

4.1.1 *Financiamiento*

El análisis de la información recopilada de las 150 Mypes se presenta a través de dos puntos de vista. En primer lugar, se empieza por analizar a las 98 empresas que no han tenido acceso a financiamiento no convencional en época de pandemia, conformado por aquellos negocios que se han financiado a través de préstamos con instituciones financieras ya sea cajas, bancos (financiamiento tradicional) y aquellas que han utilizado sus ahorros propios o han recurrido a préstamos familiares, panderos para obtener capital (financiamiento no tradicional) (tabla 5).

Tabla 5

Perfil demográfico de las emprendedoras sin acceso a financiamiento No Convencional

No - Nuevas fuentes de financiamiento - Reactiva, Fae Mype y Bonos (98 observaciones)				
Tip o ⁵	Variable	Valor ⁶	Frecue ncia ⁷	Porcen taje
C	Distrito	Piura	38	38.8%
C	Estado civil	Casada	46	46.9%
N	Edad	38.36	10.79	-
N	Hijos dependientes	1	1.08	-
C	Nivel académico	Técnico/Universitaria Completa	66	67.3%
N	Edad de la empresa	7.98	6.68	-
C	Motivo de emprendimiento	Por necesidad	29	29.6%
D	Registro SUNAT	0.33	-	-
C	Tipo de registro	Persona Natural	29	87.9%
C	Razón de no registro ⁸	No considera necesario	20	30.8%
C	Gestión del negocio	Registro de Ingresos y gastos	49	50.0%
C	Registro del negocio	Apuntes Personales	87	88.8%
D	Al inicio tenía préstamo	0.2	-	-
C	Institución préstamo	Caja Municipal	9	45.0%
C	Uso del préstamo	Compra de mercadería	20	100.0%
C	Razón no crédito en institución	Ahorros Propios	48	61.5%

D	Crédito pre pandemia	0.22	-	-
C	Institución de crédito pre pandemia	Caja Municipal	10	43.5%
D	Endeudamiento actual	0.31	-	-
C	Tipo de institución de deuda actual	Banco	14	45.2%
C	Uso de endeudamiento actual	Compra de mercadería	17	54.8%
C	Otras formas enfrentar crisis	Ahorro Personal/Ganancias del negocio	41	60.3%
C	Nuevos medios de financiamiento	No, han accedido	98	100.0%
C	Modalidad de ventas durante la COVID-19	Presencial	36	36.7%
C	Medios digitales de pago	Efectivo y aplicativos móviles	28	28.6%
D	Participa en cursos de capacitación	0.46	-	-
C	Servicios de capacitación	Gestión financiera	15	33.3%
C	Problemas Covid-19	Disminución de ventas/paralización por restricciones del gobierno	41	41.8%
C	Perspectiva futura	Crecimiento en ventas	51	52.0%
C	Queda falta en el negocio	Financiamiento	41	41.8%
	Comportamiento de las ventas			
C	Disminuyó	1	47	48.0%
C	Aumentó	2	32	32.7%
C	Disminuyó y se recuperó	3	19	19.4%
N	Ventas 2019 (en soles)	4559.13	7828.0	-
			5	
N	Ventas 2020 (en soles)	9139.79	51207.	-
			18	

N	Ventas 2021 (en soles)	5006.37	18395. 36	-
D	Sector comercio	0.57	-	-

Nota. Elaboración propia.

Los resultados encontrados para estas 98 mujeres empresarias que no accedieron a financiamiento no convencional, muestran que el 38,8% son del distrito de Piura, el 46,9% son casadas, tienen una edad promedio de 38 años, cuentan con 1 hijo que depende económicamente de ellas y con un nivel académico alcanzado de superior/técnico completo (67,3%). Las empresas que lideran estas emprendedoras, tienen en promedio 8 años de funcionamiento, les impulsó factores como la falta de ingresos para crear su negocio y alrededor del 57% se dedica a actividades comerciales. Estas Mypes se caracterizan particularmente porque solo el 33% se encuentran registradas en Sunat bajo la modalidad de persona natural con negocio, mientras que el 30,8% de emprendedoras muestra desinterés en la formalización porque considera una decisión innecesaria formalizar su negocio dejando de percibir oportunidades como la de acceder a mayor capital para sobrevivir ante situaciones adversas.

Respecto al manejo empresarial, el 50% de Mypes siguen utilizando una gestión tradicional limitada al registro de ingresos y gastos a través de apuntes personales; asimismo, para empezar su negocio el 45% prefirió solicitar algún crédito en cajas municipales, siendo esta entidad con la que el 22% de Mypes continuaron con alguna deuda pendiente antes del COVID-19, cuyo capital otorgado fue utilizado para la compra de mercadería, materiales o equipos, mientras el 30% de emprendedoras mantienen una deuda actual en otro agente financiero con la que inicialmente obtuvo deuda como es el caso del banco. Sin embargo, ante la limitación de acceso a financiamiento no convencional, las Mypes recurrieron a otras fuentes de financiamiento basado en ahorros personales o las ganancias generadas por el negocio para enfrentar la crisis económica causada por la pandemia. Además, siguieron utilizando el efectivo como medio de pago junto con los aplicativos móviles para ejercer sus ventas (28,8%) pues se vieron perjudicadas con la disminución significativa de sus ventas dadas las medidas impuestas por el gobierno (41,8%). Respecto al comportamiento de las ventas en el 2019 registraron una venta mensual de S/ 4,559.13 mientras en el 2020 presentaron un crecimiento considerable ascendiendo sus ventas a S/ 9139.39, sin embargo, en el 2021 a comparación del año anterior disminuyeron que declararon alcanzar una venta promedio de S/5,006.37.

Ahora bien, se procede en segundo lugar a analizar a las Mypes que han accedido a fuentes de financiamiento no convencionales y que de acuerdo a lo especificado en la literatura en el ítem 2.2, hace referencia a los diferentes tipos de financiamiento emitidos por el gobierno en época de

pandemia. Estas medidas de rescate fueron otorgadas a través de *Reactiva Perú*, *Fae Mype* y *Bonos*, considerando dentro de este grupo a 52 mujeres emprendedoras cuya información llevan a construir un perfil descriptivo como se presenta en la Tabla 6.

Tabla 6

Perfil demográfico de las emprendedoras con acceso a financiamiento No Convencional

Nuevas fuentes de financiamiento - Reactiva, Fae Mype y Bonos (52 observaciones)				
Tip o ⁹	Variable	Valor ¹⁰	Frecuencia ¹¹	Porcentaje
C	Distrito	Piura	18	34.6%
C	Estado civil	Casada	28	53.8%
N	Edad	40	11.31	-
N	Hijos dependientes	1	1.5	-
C	Nivel académico	Técnico/Universitario Completa	25	48.1%
N	Edad de la empresa	9.94	9	-
C	Motivo de emprendimiento	Por necesidad	18	34.6%
D	Registro SUNAT	0.36	-	-
C	Tipo de registro	Persona Jurídica	9	52.9%
C	Razón de no registro	1	9	26.5%
C	Gestión del negocio	Registro de ingresos y gastos	34	65.4%
C	Registro del negocio	Apuntes personales	36	69.2%
D	Al inicio tenía préstamo	0.36	-	-
C	Institución préstamo	Caja Municipal	10	55.6%
C	Uso del préstamo	Compra de mercadería	16	88.9%
C	Razón no crédito en institución	Capital propio/ahorros	19	55.9%
D	Crédito pre pandemia	0.42	-	-
C	Institución de crédito pre pandemia	Banco	13	56.5%
D	Endeudamiento actual	0.5	-	-
C	Tipo de institución de deuda actual	Banco	16	59.3%
C	Uso de endeudamiento actual	Compra de capital de trabajo	18	66.7%
C	Otras formas enfrentar crisis	Ahorro personal/Ganancias del negocio	15	60.0%

Nuevos medios financiamiento				
C	Reactiva Perú	Reactiva Perú	23	44.2%
C	Fae Mype	Fae Mype	1	1.9%
C	Bonos	Bonos	28	53.8%
C	Modalidad de ventas durante el COVID-19	Ambas	23	44.2%
C	Medios digitales de pago	Pago con tarjetas	15	28.8%
D	Participa en cursos de capacitación	0.42	-	-
C	Servicios de capacitación	Gestion Financiera	7	30.4%
C	Problemas Covid-19	Disminución de ventas/paralización por restricciones del gobierno	23	44.2%
C	Perspectiva futura	Crecimiento de ventas	25	48.1%
C	Queda falta en el negocio	Financiamiento	25	48.1%
Comportamiento de las ventas				
C	Disminuyó	1	28	53.8%
C	Aumentó	2	13	25.0%
C	Disminuyó y se recuperó	3	11	21.2%
N	Ventas 2019 (en soles)	17339.42	45429.1	-
N	Ventas 2020 (en soles)	10988.46	32348.6	-
N	Ventas 2021 (en soles)	12857.69	27572.5	-
D	Sector comercio	0.61	-	-

Nota. Elaboración propia.

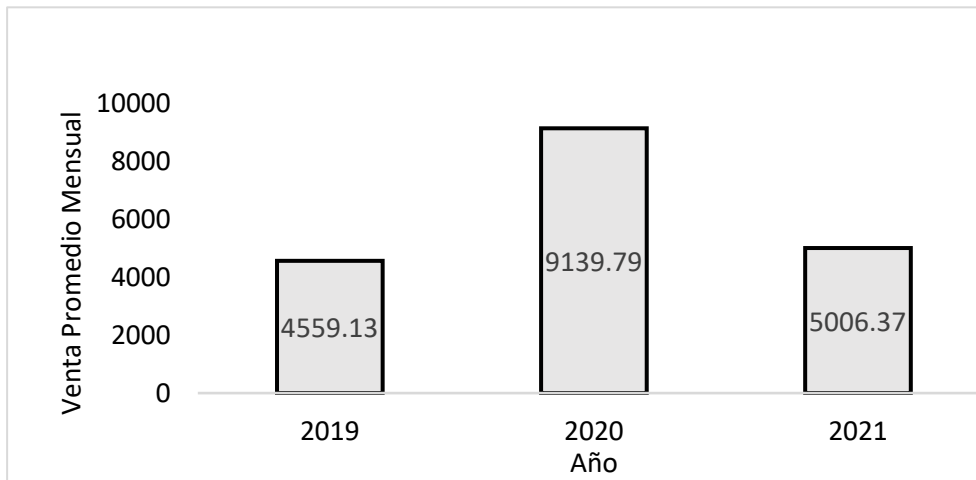
Las estadísticas descriptivas muestran que del total de Mypes beneficiadas o que accedieron a los estímulos del gobierno, el 53,8% obtuvo algún tipo de *bono*, el 44,2% accedió a *Reactiva Perú* y solo una minoría logró recibir *Fae Mype* (1,9%). Dichas empresarias radican en el distrito de Piura (34,6%), son casadas (53,8%) con una edad promedio de 40 años, tienen bajo responsabilidad un hijo en el hogar y cuentan con un nivel académico de Técnico u Universitario Completo (48,1%). Además,

decidieron emprender hace aproximadamente 10 años en el sector comercio (60%) motivadas principalmente por la necesidad (34,6%); se encuentran formalizadas en Sunat como personas jurídicas (52,9%), llevando el control diario o mensual de sus ingresos y gastos (65,4%) utilizando medios tradicionales mediante apuntes personales (69,2%) como forma de gestionar su negocio.

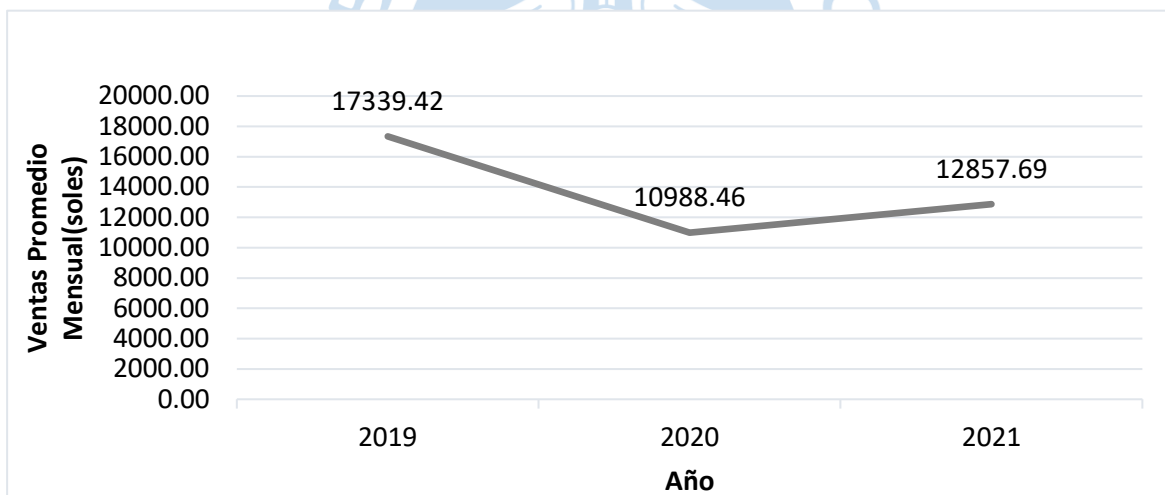
Además, se observa que el 36% de los negocios tuvieron que endeudarse con alguna caja municipal con el fin de comprar mercadería para dar inicio a sus operaciones; el panorama es distinto a medida que la empresa gane experiencia en el mercado, incrementado su capacidad de endeudamiento al decidir financiarse con los bancos antes de la llegada de la pandemia (42%), registrando el 50% de negocios una deuda actual con la misma institución financiera. El 44,2% de Mypes adoptaron una modalidad de ventas variada incluyendo la venta online al comercio tradicional y nuevas formas de pago a través de tarjetas (28,8%) para poder lidiar con los bajos niveles de ventas provocados por la pandemia a pesar de que el 53,8% manifestó haber disminuido sus ventas, sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados sufrieron un descenso significativo de las ventas pasando de registrar un promedio de S/17,339.42 en el 2019 a S/10,988.46 en el 2020 y S/712,857.69 en el 2021.

Realizando un comparativo entre ambos perfiles de emprendedoras, se puede identificar que las Mypes beneficiadas con los programas de financiamiento otorgados por el gobierno corresponden a empresas de naturaleza jurídica, con mayor tiempo de presencia en el mercado y que desde el inicio de sus operaciones presentaron mayor nivel de endeudamiento, manteniendo un 20% más de deuda que el grupo de negocios que buscaron financiarse con préstamos bancarios o ahorros personales, puesto que se limitan a estar registradas como persona natural sin algún respaldo jurídico, tienen menos años de funcionamiento, donde el 60% utiliza los ahorros personales o ganancias que genera su negocio como fuentes alternativas de obtención de capital para enfrentar la crisis sanitaria.

Por otro lado, es preciso destacar que las empresas que no accedieron a financiamiento no convencional registran un menor volumen de ventas mensual que aquellas que si se vieron beneficiadas antes de la pandemia en el año 2019, tal como se puede observar de manera paralela en las figuras 1 y 2. Caso particular es lo sucedido en el 2020 con la llegada de la COVID-19, pues mientras que las empresarias del primer grupo incrementan sus ingresos en aproximadamente S/4500 soles respecto al año anterior, el segundo grupo bajan sus ventas en más de S/5000 soles de los ingresos que se obtenían en tiempos normales.

Figura 1*Ventas con financiamiento Tradicional*

Nota. Ventas con financiamiento tradicional en los periodos 2019, 2020 y 2021. Elaboración propia.

Figura 2*Ventas con financiamiento no Convencional*

Nota. Ventas con financiamiento No Convencional en los periodos 2019, 2020 y 2021. Elaboración propia.

Sin embargo, en el año 2021 se observa que el proceso de recuperación se muestra viable para aquellos negocios que se financiaron con fuentes tradicionales pues lograron percibir mayores ventas que las del 2019, caso contrario, sucede con los negocios formales que accedieron a *Reactiva*, *Fae Mype* o *bonos*, pues aún no logran recuperar sus ventas a niveles óptimos de épocas normales como lo registrado en el 2019. Finalmente, tras los resultados presentados y dando respuesta a la primera hipótesis planteada, se rechaza, dado que solo el 35% de las 150 empresarias encuestadas recurrieron y se vieron beneficiadas de acceder a financiamiento no convencional otorgado por el Gobierno, mientras que el 65% restante no accedió a ningún tipo de subsidio en estos tiempos de crisis.

4.1.2 Ventas

En este apartado, a través de la prueba estadística chi cuadro (Chi-square) se pretende analizar si existe alguna relación entre las variables financiamiento y recuperación de las ventas. El valor de esta prueba, oscila entre 0 y 1, donde 0 indica que no existe asociación entre estas dos variables y valores cercanos a 1 indican una asociación significativa entre variables; así, las ventas se analizan a través de 3 posibles escenarios de financiamiento que hayan influenciado en la recuperación de ventas de las Mypes, es decir, se habla de recuperación cuando las ventas del 2021 son mayores a las del 2019. En primer lugar, tomando como referencia la pregunta N° 18 del cuestionario, se analiza en la tabla 7 sobre si el acceso a fuentes no tradicionales como ahorros personales o ganancias, préstamos a familiares o conocidos, panderos y préstamos a proveedores han influenciado en la recuperación de las ventas de la empresaria.

Tabla 7

Financiamiento no Tradicional y recuperación de ventas

Recuperación de las ventas ¹²	Fuentes de financiamiento no Tradicional ¹³	
	No	Sí
No	31 54,4%	44 47,3%
Sí	26 45,6%	49 52,7%
Total	57 100,0%	93 100,0%
Chi-square	0,71	
Pr	0,40	

Nota. Elaboración propia.

Ante los resultados arrojados en este contexto, se determina que no existe relación alguna entre ambas variables, dado que se obtiene un valor de chi-cuadro de 0,71, lo que significa que si la empresa hace uso de fuentes no tradicionales y ha recuperado sus ventas es del 52,7% en contraparte con que no haya alcanzado sus niveles de ventas es del 47,3% existiendo una mínima diferencia de 5% que no nos permite claramente demostrar una relación clara entre ambas variables, lo mismo sucede si es que no accedió a este tipo de financiamiento.

En el siguiente escenario, tomando como referencia la pregunta N° 19 de la encuesta del cuestionario se presenta los resultados, basados en si el acceso a financiamiento no convencional, a

través de *Reactiva*, *Fae Mype* y *Bonos* impulsado durante la COVID-19 determinan la recuperación de las ventas de las Mypes (ver tabla 8).

Tabla 8

Financiamiento no Convencional y recuperación de ventas.

Recuperación de las ventas ¹⁴	Fuentes de Financiamiento no Convencional ¹⁵	
	No	Sí
No	47	28
	48,0%	53,8%
Sí	51	24
	52,0%	46,2%
Total	98	52
	100,0%	100,0%
Chi-square	0,47	
Pr	0,49	

Nota. Elaboración propia.

En este caso, según lo presentado en la tabla 8 existe una probabilidad (Pr) mayor al 0.01 ó al 0.05, identificándose que no existe asociación entre ambas variables en dicho contexto; dado que el 46,2% de los emprendimientos indicaron haber recurrido a nuevas formas de financiamiento no convencional en tiempos de la COVID-19 y haber recuperado sus ventas, mientras que las que no lograron recuperarse económicamente asciende al 53, 8%, mostrando una mínima diferencia, lo mismo sucede si es que la empresaria no haya recurrido a este tipo de financiamiento.

Y, por último, haciendo hincapié a la pregunta N° 15 del cuestionario, se analiza el escenario si la empresaria mantiene una deuda actual con alguna institución financiera y que esta pueda estar asociada con la recuperación de ventas (ver tabla 9).

Tabla 9*Deuda actual y recuperación de ventas.*

Recuperación de las ventas ¹⁶	Tenencia de deuda actual ¹⁷	
	No	Sí
No	44	31
	47,3%	54,4%
Sí	49	26
	52,7%	45,6%
Total	93	57
	100,0%	100,0%
Chi-square	0,70	
Pr	0,40	

Nota. Elaboración propia

Según, lo que muestra la tabla N° 9 tampoco existe una relación significativa entre si la empresaria tenga un préstamo actual con una institución financiera y haya recuperado sus ventas, dado que el 54,4% de negocios tiene una deuda actual y no lograron alcanzar sus niveles de venta normales mientras que las empresas que sí lograron recuperarse a pesar de las restricciones del gobierno representa el 52,7%; reportando igual que los escenarios anteriores una diferencia mínima que no permite precisar con exactitud la relación entre ambas variables.

Por consiguiente, también se rechaza la hipótesis 2, ya que después de haber analizado los diferentes escenarios de acceso a financiamiento los resultados arrojaron que no existe una asociación con la recuperación de las ventas pues los valores de chi cuadrado son menores al 1% de significancia. En resumen, los casos de financiamiento no tradicional, financiamiento no convencional y deuda actual no influyen en la recuperación de ventas de las Mypes lideradas por mujeres.

4.1.3 Sector Empresarial

Siguiendo con la presentación de resultados, se procede a analizar la información para validar la tercera hipótesis propuesta en este estudio mediante la prueba chi cuadrado para determinar si existe alguna asociación entre las variables comercio y recuperación de las ventas, es decir, se desea validar si las Mypes que pertenecen al sector comercio han mostrado mayor recuperación que las empresas de otros sectores.

Los resultados expuestos en la Tabla 10 resaltan explícitamente que el 59,1% son empresas dedicadas al sector comercio y que han logrado recuperar sus niveles de venta obtenidos en tiempos pre-pandemia, mientras que desde otro enfoque se encuentra aquellos negocios de otros sectores

diferentes al comercio como puede ser servicios y manufactura que no han llegado a alcanzar sus ventas similares a las del 2019, prevaleciendo una diferencia significativa entre ambas variables quedando demostrado que son las Mypes del sector comercio aquellas que si han logrado recuperar y superar sus ventas alcanzados en tiempos normales.

Tabla 10

Sector comercio y recuperación de ventas

Recuperación de las ventas ¹⁸	Sector Comercio	
	No	Sí
No	39	36
	62,9%	40,9%
Sí	23	52
	37,1%	59,1%
Total	62	88
	100,0%	100,0%
Chi-square	7,03	
Pr	0,008	

Nota. Elaboración propia.

Asimismo, en primer lugar, se procede a crear un perfil descriptivo de los sectores donde la empresaria ejerce sus operaciones y su relación con la recuperación de las ventas. En este caso, como se muestra en la tabla 11 se recoge información sobre las características de las 39 empresarias de otros sectores ya sea servicios o manufactura que no han logrado recuperar su nivel de ventas.

Tabla 11

Características de empresarias de otros sectores que no recuperaron su nivel de ventas.

Empresas de otros sectores que no recuperaron su nivel de ventas (39 observaciones)				
Tipo ¹⁹	Variable	Valor ²⁰	Frecuencia ²¹	Porcentaje
C	Distrito ²²	Piura	13	33.3%
C	Estado civil	Soltera	16	41.0%
N	Edad	40	11.92	-
N	Hijos dependientes	1	1.35	-
C	Nivel académico	Técnico/Universitaria Completa	25	64.1%
N	Edad de la empresa	11.84	10.22	-

C	Motivo de emprendimiento	Por oportunidad de negocio	34	36.6%
D	Registro SUNAT	0.43	-	-
C	Tipo de registro	Persona natural con RUC	13	76.5%
C	Razón de no registro 5/	No lo consideran necesario	6	27.3%
C	Gestión del negocio	Registro de ingresos y gastos diarios mensuales	23	59.0%
C	Registro del negocio	Apuntes personales	31	79.5%
D	Al inicio tenía préstamo	0.28	-	-
C	Institución préstamo	Caja Municipal	7	63.6%
C	Uso del préstamo	Para compra mercadería, materiales o insumos	10	90.9%
C	Razón no crédito en institución	Tenía mis ahorros, capital propio	16	57.1%
D	Crédito pre pandemia	0.35	-	-
C	Institución de crédito pre pandemia	SI	6	42.9%
D	Endeudamiento actual	0.43	-	-
C	Tipo de institución de deuda actual	Caja Municipal	7	38.9%
C	Uso de endeudamiento actual	Compra de materiales, mercadería y equipos	11	61.1%
C	Otras formas enfrentar crisis	Ahorro personal/ganancias de negocio	16	72.7%
C	Nuevos medios financiamiento	No he accedido	24	61.5%
C	Modalidad de ventas durante la Covid-19	Ambas (presencial y virtual)	16	41.0%
C	Medios digitales de pago	No, solo efectivo	13	33.3%
D	Participa en cursos de capacitación	0.48	-	-

C	Servicios de capacitación	Si	8	40.0%
		Disminución		
C	Problemas Covid-19	ventas/paralización por restricción del gobierno	27	69.2%
C	Perspectiva futura	Crecimiento ventas	17	43.6%
C	Queda falta en el negocio	Obtener financiamiento	13	33.3%
Comportamiento de las ventas				
C	Disminuyó	Sí	39	100.0%
N	Ventas 2019 (en soles)	13814.1	42311.34	-
N	Ventas 2020 (en soles)	7765.38	33977.5	-
N	Ventas 2021 (en soles)	6648.07	19837.07	

Nota. Elaboración propia.

Se encontró que el 33.3% pertenecen al distrito de Piura, son solteras (41%), tienen 40 años de edad, obteniendo el 64,1% un nivel académico alcanzado de Superior Completo, cuya edad de la empresa asciende a 11 años de funcionamiento, siendo creada por oportunidad, sin embargo, solo el 43 % se encuentra en Sunat, de los cuales el 76.5 % se registraron como persona natural con negocio, el resto decidió no registrarse, ya que según indican, no lo consideran un paso necesario. También, más del 70% de las empresas de Servicios y Manufactura enfrentaron la crisis sanitaria con capital propio, dado que no accedieron a financiamiento otorgado por el Gobierno. Su gestión de ventas en tiempos de la COVID-19 consistió en adoptar modalidad de ventas presencial y *delivery*, mostrando deficiencia pues el 33.4% de estos negocios no contaron con medios digitales de pago siendo el efectivo el único recurso, como consecuencia no logran recuperarse económicamente de sus ventas pese a que el 48% manifestó haber participado de algún curso de capacitación, siendo los servicios de nuevas técnicas de negocio los talleres con mayor solicitud por las mujeres. Respecto a los problemas enfrentados durante la pandemia, el 69.2% de mujeres afirmaron que el mayor obstáculo fue la disminución significativa de sus ventas, como consecuencia de las restricciones del gobierno; pese a ello, más del 49% manifestaron tener una actitud optimista para crecer en ventas en los próximos meses indicando finalmente que el financiamiento es un factor importante para que su negocio pueda crecer. Ahora, en segundo lugar, como se aprecia en la tabla 12, se analiza las características de las 52 Mypes exclusivamente del sector comercio que han logrado recuperarse sus ventas a los niveles alcanzados antes de pandemia y que en el 2021 han logrado superarlo, de los cuales se detallan a continuación:

Tabla 12*Características de empresarias del sector comercio que si recuperaron su nivel de ventas.*

Empresas del sector comercio que recuperaron su nivel de ventas (52 observaciones)				
Tipo 23	Variable	Valor ²⁴	Frecuencia 25	Porcentaj e
C	Distrito	Piura	14	26.9%
C	Estado civil	Casada	30	57.7%
N	Edad	39	10.66	-
N	Hijos dependientes	1	1.31	-
C	Nivel académico	Técnico o universitario completo	28	53.8%
N	Edad de la empresa	8.36	6.91	-
C	Motivo de emprendimiento	Por necesidad	18	34.6%
D	Registro SUNAT	0.28	-	-
C	Tipo de registro	Persona natural con ruc	13	92.9%
C	Razón de no registro	No lo considero necesario	12	32.4%
C	Gestión del negocio	Registro de ingresos y gastos diarios mensuales	28	53.8%
C	Registro del negocio	Apuntes personales	46	88.5%
D	Al inicio tenía préstamo	0.3	-	-
C	Institución préstamo	Caja municipal	8	50.0%
C	Uso del préstamo	Compra de mercadería, materiales o insumos	15	93.8%
C	Razón no crédito en institución	Tenía mis ahorros/Capital propio	19	52.8%
D	Crédito pre pandemia	0.19	-	-
C	Institución de crédito pre pandemia	Banco	8	66.7%
D	Endeudamiento actual	0.36	-	-
C	Tipo de institución de deuda actual	Banco	10	52.6%

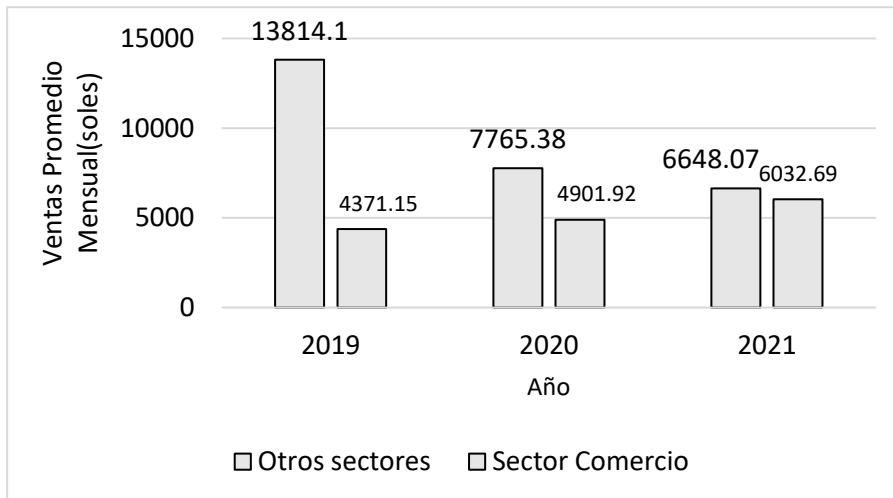
C	Uso de endeudamiento actual	Compra de mercadería, materiales o insumos	11	57.9%
C	Otras formas enfrentar crisis	Ahorro personal/ganancias de negocio	17	51.5%
C	Nuevos medios financiamiento	No he accedido	33	63.5%
C	Modalidad de ventas durante el Covid-19 ²⁶	Solo presencial	20	38.5%
C	Medios digitales de pago	Pagos con tarjeta	17	32.7%
D	Participa en cursos de capacitación	0.4	-	-
C	Servicios de capacitación	Gestión financiera	9	45.0%
C	Problemas Covid-19	Desabastecimiento/Alza de insumos	18	34.6%
C	Perspectiva futura	Crecimiento de ventas	23	40.4%
C	Queda falta en el negocio	Obtener financiamiento	25	43.9%
Comportamiento de las ventas				
C	Aumentó	Sí	30	57.7%
C	Disminuyó y se recuperó	Sí	22	42.3%
N	Ventas 2019 (en soles)	4371.15	8261.21	-
N	Ventas 2020 (en soles)	4901.92	7918.91	-
N	Ventas 2021 (en soles)	6032.69	10266.02	-

Nota. Elaboración propia.

El 26.9 % de emprendedoras pertenecen al distrito de Piura, son casadas (57,7%), y oscilan entre la edad de 39 años como promedio, el 53.8% alcanzan estudios técnicos o universitarios completos, vienen liderando su empresa desde hace 8 años, donde solo el 28% tomó la decisión registrar su negocio en Sunat, de los cuales el 92.9% son persona natural con negocio, el restante no lo hicieron por considerarlo poco importante. Caber resaltar, el comportamiento de financiamiento que ha tenido este grupo, dado que para iniciar la empresaria acude a cajas municipales, luego el 66.7% decide contraer deuda pre-pandemia cambiando de agente financiero, siendo los bancos finalmente la institución que decide otorgarle algún préstamo. En referencia a la gestión de ventas, el 38.5% de Mypes comerciales decidieron implementar el *delivery* como una nueva modalidad de ventas dadas las circunstancias de la pandemia, así como las ventas online por redes sociales en Facebook,

WhatsApp e Instagram; junto a ello, el 32.47% dispuso de medios digitales de pago donde los aplicativos móviles de Yape, Plin y Tunki fueron los más usados. Las mujeres que lideran estos negocios consideran la importancia de capacitarse, pues el 40% manifestó haber llevado algún curso o asistido a una charla virtual, donde el 45% declaró haber aprendido en gestión financiera para controlar mejor los ingresos y egresos de sus empresas. Respecto a la forma que la COVID-19 ha impactado en sus empresas, el 34.6% manifiestan el desabastecimiento/alza de insumos como el mayor problema durante la pandemia, aun así, se proyectan una actitud positiva de recuperación. Realizando una comparativo entre ambos grupos, comercio y otros sectores, se puede recalcar que menos del 50% de mujeres que han emprendido en un sector diferente al del comercio son solteras y tienen estudios técnicos o universitarios completos, sin embargo, son las que tienen un mayor tiempo de vida en el mercado. Además, son estas emprendedoras quienes han decidido emprender por oportunidad de negocio a diferencia de las que pertenecen al sector comercio, que decidieron emprender por necesidad, razón por la cual mantienen en pie el negocio. Además, las Mypes del sector comercio mantienen una deuda actual con un banco a diferencia de las emprendedoras que se encuentran en otro sector, quienes mantienen una morosidad con alguna caja municipal.

Las Mypes del sector comercio a comparación de otros sectores han demostrado mayor capacidad de gestión al adaptar su negocio a las necesidades que obliga la COVID-19 para seguir vigente en el mercado pues les brindó la oportunidad de migrar a nuevas plataformas dando mayor énfasis a las ventas online junto con el *delivery* y canales de pago digitales, como consecuencia, tal como se muestra en la Figura N°3 en el año 2020 subieron levemente sus ventas en S/530.77 mostrando mayor recuperación de ventas incrementando el monto de ventas a S/1661.54 respectivamente.

Figura 3*Ventas por sector económico*

Nota. La figura muestra los niveles de ventas generados por las Mypes por sector económico. Elaboración propia.

Sin embargo, Las empresas de otros sectores por la misma naturaleza de las actividades del negocio se vieron perjudicadas de manera negativa en la baja considerable de ventas reduciéndose al 44% aproximadamente durante la pandemia y que al 2021 solo han alcanzado el 48% de lo que estimaba vender en tiempos normales, presentando una lenta recuperación, dado que tienen que respetar ciertas condiciones regulatorias normadas por el Estado que restringen sus operaciones y no les permite operar con normalidad.

Por todo lo expuesto y descrito, se puede aceptar la hipótesis 3, al existir una asociación positiva entre el sector comercio y la rápida recuperación de las ventas al 1% de significancia mediante la prueba chi cuadrado; dado que las estadísticas nos muestran que las mujeres que lideran este tipo de negocio han logrado alcanzar niveles de venta como en tiempos normales (2019) incluso han obtenido mayores ingresos, ocurriendo todo lo contrario con las emprendedoras que pertenecen a otros sectores, las cuales han presentado un descenso desde el año de la pandemia y no lograron hasta el 2021 recuperarse económicamente por completo.

4.2. Discusión de Resultados

En este apartado se trata de reforzar y comparar los resultados estadísticos de la investigación con la literatura, objetivos e hipótesis planteadas. Ante ello, los resultados encontraron que 98 Mypes de los 150 emprendimientos encuestados no recibieron apoyo de financiamiento promovido por el gobierno, ya que prefirieron utilizar fuentes no tradicionales como los ahorros personales o las ganancias reinvertidas de sus negocios para financiarse durante la pandemia, coincidiendo con lo afirmado por los autores Buttner y Rosen (1989) y Riding y Swift (1990) quienes indican que los emprendedores recurren a estos medios de financiamiento dada la adversidad al riesgo y las

características propias del negocio, con pocos años de funcionamiento; así mismo, afirmando lo expuesto por Liu et al. (2021) y Bartik et ál (2020) a las mujeres se le restringe el acceso a préstamos o créditos por no cumplir con los requisitos establecidos de las instituciones financieras, siendo además una barrera histórica que enfrentan las mujeres en tiempos de crisis a diferencia de las empresas lideradas por varones.

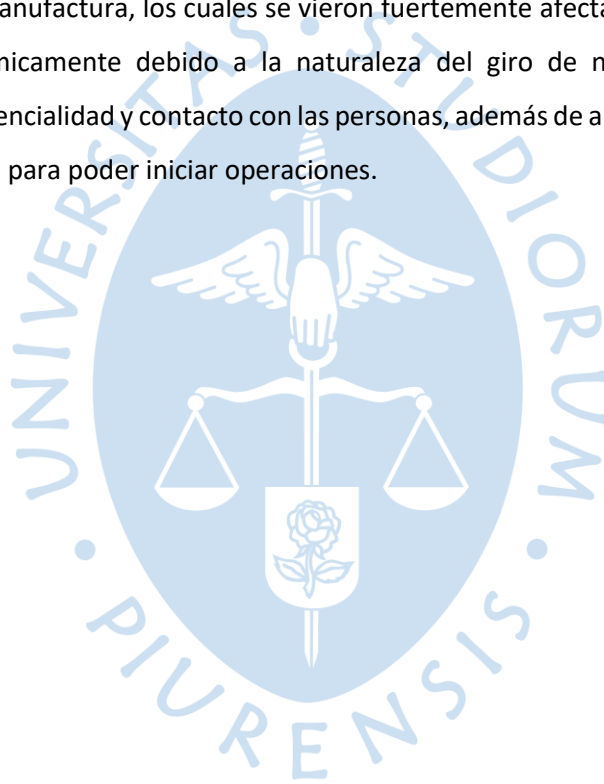
Por el otro lado, se encuentra el grupo de 52 Mypes que accedieron a financiamiento no convencional a través de *Reactiva Perú*, *Fae Mype* y *Bonos*, las cuales destinaron cierto monto del capital obtenido al pago de deudas pendientes antes de pandemia que tenían en bancos, cajas municipales o financieras y la otra parte para inversión en mercadería/materiales o equipos a fin de seguir vigentes en el mercado; sin embargo, cabe resaltar que el *Fae Mype*, no benefició directamente a las Mypes como lo plantea COFIDE (2020) ya que los resultados indican que solo una minoría de la muestra lo obtuvo. Las empresas que obtuvieron financiamiento no convencional se caracterizaron porque su nivel de endeudamiento ha ido creciendo conforme a los años de funcionamiento y mayor experiencia de gestión adquieren como sostiene la Teoría del Ciclo de Vida Financiero propuesta por Berger y Udell (1998) y están representadas jurídicamente, obteniendo así mayores facilidades y condiciones de acceso a crédito.

El acceso limitado a recursos financieros ha afectado las operaciones de las Mypes, pues presentaron problemas de desabastecimiento tal y como lo afirmaron Huilcapi et al (2020) ante el alza de precios de los insumos y bajos niveles de ventas; no obstante, el estudio comprobó que el financiamiento no convencional, tradicional y deuda actual no contribuyó a que la empresaria haya recuperado su nivel de ventas, ello en contraposición con las investigaciones que determinan al financiamiento tradicional y del gobierno como las fuentes de recuperación de los pequeños negocios durante la pandemia, esto según estudios realizados por Cueva-Rivera y Erazo-Álvarez (2021) y sustentado por Jacob (2021) en donde afirma la existencia de acceso a capital pero insuficiente con altos costos operativos.

Lo que si conviene aclarar que el impacto de la COVID 19 en las ventas es diferenciado por la naturaleza de la empresa, pues aquellas empresas que han recibido financiamiento no convencional han disminuido sus ventas y no han logrado alcanzar los altos volúmenes de venta alcanzados sin pandemia, todo lo contrario sucede con las empresas que no han accedido dado que han incrementado sus ventas durante el COVID-19 y a diferencia del 2019 han logrado recuperar sus bajos volúmenes de venta mensuales. En tal caso, si bien el financiamiento no influyó en la recuperación de las Mypes, es preciso afirmar que el efecto de la pandemia es diferenciado también por sector, donde el sector comercio a pesar de presentar problemas de disminución de demanda, falta de capital para cumplir con sus obligaciones de pago, paralización de actividades por regulaciones del gobierno que llevó al cierre de negocios por cierto periodo de tiempo de confinamiento social ha mostrado mayor

recuperación en términos de venta, como también lo afirma el estudio de Cartagena et al (2020). Una de las razones, es la capacidad de respuesta de la empresaria para adaptarse a los cambios, en donde se puede mencionar a Shafi et al (2020), Looze y Desai (2021) quienes exponen que a pesar de no contar con una planeación formal basada en la implementación de medios digitales de venta a través de plataformas sociales que no demandan financiamiento mayor.

Asimismo, se sustenta la afirmación realizada por Fabeil et al., 2020; Bullemore-Campbell y Cristóbal-Fransi (2021) en donde afirma que la estrategia como la digitalización tanto en ventas como formas de pago resultó un aliado estratégico para la mujer durante la pandemia pues le brindó facilidades para dirigir su negocio desde la comodidad de su casa sin descuidar su negocio y familia, sin contar con la necesidad de abrir los establecimientos comerciales. Caso contrario sucede con los sectores de servicio y manufactura, los cuales se vieron fuertemente afectados con pocas esperanzas de recuperarse económicamente debido a la naturaleza del giro de negocio, cuyas actividades operativas exigía la presencialidad y contacto con las personas, además de altos costos de implementar protocolos de seguridad para poder iniciar operaciones.





Conclusiones

La emergencia de la COVID-19 trajo consecuencias negativas en el sector empresarial peruano, particularmente en el departamento de Piura, donde las Mypes lideradas por mujeres reflejan un panorama desalentador dado que han tenido que paralizar sus actividades ya sea de manera definitiva o temporal, con poca liquidez para cumplir sus compromisos de pago, bajos volúmenes de venta y afectación económica en todos los sectores.

Al analizar las fuentes de financiamiento utilizadas por las emprendedoras encuestadas, se determinó que más del 50% de mujeres recurrieron a ahorros personales o ganancias propias del negocio en vez de financiamiento tradicional a través de préstamos con instituciones financieras; además, se comprobó que el financiamiento no convencional en tiempos de COVID-19 es restringido, pues solo 52 negocios accedieron a algún programa de *Reactiva*, *Fae Pyme* o *Bonos*; lo que evidencia la poca efectividad y débil alcance de los programas de financiamiento promovidos por el gobierno. Las razones de la restricción de financiamiento no convencional se debe a que muchos de los pequeños negocios han sido informales antes de la pandemia siendo excluidas por las entidades a la hora de otorgarles algún crédito; además, existe el desinterés, desconocimiento de la emprendedora de los procesos a seguir para formalizarse y ser parte del sistema tributario, sosteniendo que el proceso es bastante complejo que abarca muchos trámites (burocracia), demanda de tiempo y dinero; tomando la decisión algunas de ellas de no inscribirse en Sunat durante la pandemia.

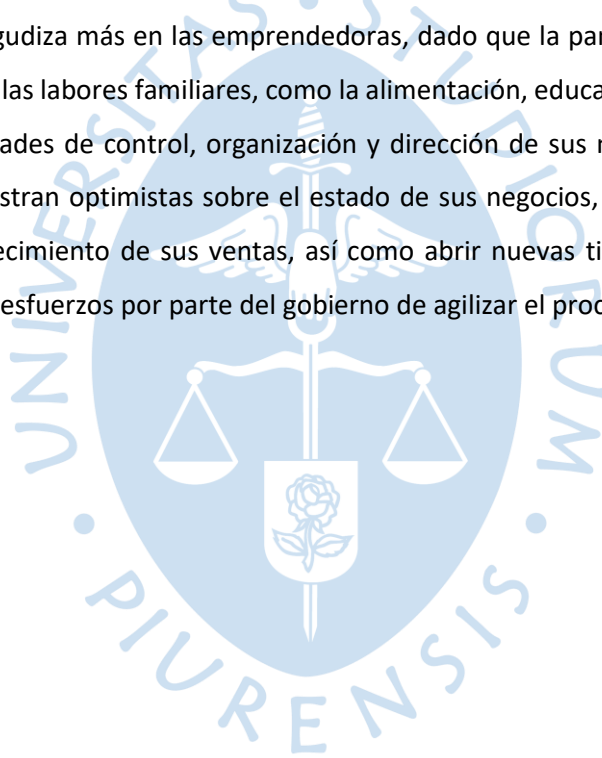
Las Mypes registradas como persona natural han restringido su acceso al crédito por la baja capacidad de pago, no cuentan con un historial crediticio sólido a diferencia de las beneficiarias del financiamiento promovido por el gobierno quienes se encuentran representadas como personas jurídicas y, por ende, presentan una mayor capacidad de endeudamiento. A pesar de los mecanismos de protección que han acudido, la débil situación financiera los ha llevado a tomar otras decisiones alternativas de despido de personal, cierre de tiendas para dejar de pagar alquiler del local, a fin de ajustar gastos y costos ante la incertidumbre de no contar con capital para afrontar la problemática de la pandemia.

Por otro lado, la pandemia afectó gravemente el nivel de ventas de las empresas, percibiendo en los primeros meses de confinamiento ventas nulas, luego han registrado ventas, pero a bajos volúmenes a comparación de los niveles alcanzados antes del COVID 19. Sin embargo, pese al respaldo del gobierno con financiamiento de capital las Mypes beneficiadas no han logrado en el 2021 recuperar sus niveles de venta como los alcanzados en el 2019, el mismo resultado se dio en situaciones si la empresaria tuviera una deuda actual y utilice financiamiento tradicional; quedando claro que el acceso a financiamiento no ha influido en la recuperación de las ventas de los negocios liderados por mujeres

Las Mypes de los sectores servicios y manufactura se vieron perjudicadas en la reducción de hasta el 40% de sus ingresos mensuales, ya que su reactivación dependía del levantamiento de

restricciones implementadas por el gobierno para empezar a operar, mientras las empresas del sector comercio lograron enfrentar los problemas de desabastecimiento y alza de insumos destacando la capacidad de ajustar su modelo de negocio de lo presencial a lo virtual a través de la venta online en plataformas sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp; así como también, la incorporación de medios digitales de pago; facilitando que las Mypes comerciales presenten mayor recuperación de ventas que las empresas de otros sectores. Pese a los esfuerzos realizados por sobresalir ante la pandemia, las Mypes aún presentan débiles procesos de gestión empresarial basado en el registro de sus ingresos y gastos de forma manual, sin algún proceso computarizado que les facilite la toma de decisiones; además no cuentan con una planificación formal para saber cómo actuar ante situaciones adversas, pues muchas Mypes no se encontraron preparadas para cambiar su forma de trabajo bruscamente actuando sin un enfoque estratégico y efectivo para intentar no quebrar por completo.

Tal situación se agudiza más en las emprendedoras, dado que la pandemia obligó a la mujer a dedicar mayor tiempo a las labores familiares, como la alimentación, educación y cuidado de sus hijos descuidando sus actividades de control, organización y dirección de sus negocios. Sin embargo, las emprendedoras se muestran optimistas sobre el estado de sus negocios, manifiestan que mejorará dado que proyectan crecimiento de sus ventas, así como abrir nuevas tiendas o sucursales de sus negocios; dado que hay esfuerzos por parte del gobierno de agilizar el proceso de vacunación a fin de reactivar la economía.



Recomendaciones

Dada la situación de vulnerabilidad de las Mypes piuranas, se propone una serie de recomendaciones para abordar la problemática que representa el COVID-19 en la gestión empresarial de los pequeños negocios. Para facilitar el acceso a fuentes de financiamiento las entidades financieras deben otorgar créditos con tasas menores y períodos de pago flexibles, para que las empresarias dispongan de recursos para el restablecimiento de actividades en los sectores de servicios, manufactura y en especial de comercio por la recuperación de ventas en el 2021; siendo de vital importancia la capacitación activa y actualizada a la empresaria sobre el manejo de una cultura financiera que le permita administrar un fondo de capital ante emergencias.

Asimismo, las entidades públicas deben priorizar el diseño de políticas a favor de las pequeñas empresas, facilitando un proceso de formalización sencillo a través de trámites prácticos que disminuyan los procesos burocráticos, brindándoles un acompañamiento integral desde la solicitud de formalización hasta que el negocio cuenta con los registros oficiales en SUNAT, a fin de que la empresaria cuente con el soporte necesario para acceder a nuevas formas de capital. En la misma medida, se cree conveniente que instituciones como las universidades puedan brindar el soporte en impulsar programas de capacitación enfocada en temas contables y manejo de finanzas asesorándola sobre los distintos productos financieros que existen, incentivándolas a contar con una planificación financiera a largo plazo, así como el cumplimiento de obligaciones de cobro y pago a corto plazo.

Reactivar la economía es una medida efectiva que se maneja desde el Gobierno Central, la cual no basta con proporcionar financiamiento al sector empresarial, sino también se le debe ayudar a incrementar e incluso superar los niveles alcanzados pre-pandemia, por ello se insta a los gobiernos municipales, regionales puedan promover campañas de inclusión y promoción de los distintos emprendimientos a través de ferias, concursos de innovación sobre nuevas técnicas de negocio en tiempos de crisis, desarrollo de plataformas gratuitas para comercializar sus productos o servicios así como fomentar alianzas con empresas para brindar una educación digital de excelencia que se adapte a las necesidades reales de las empresarias y les permita adquirir, potenciar habilidades para aprovechar mejor los medios digitales. Es fundamental, que la empresa digitalice sus procesos de control, organización, compra, y comercialización mediante productos y servicios informáticos, siendo la planeación un proceso clave para anticiparse a las consecuencias generadas por la crisis, ejecutando un plan de acción para prevenir o controlar las innumerables pérdidas ocasionadas por la pandemia.

Gestionar una empresa en tiempos de crisis no es nada fácil, dado que tienen que lidiar constantemente con variables del entorno externo que puede dificultar la toma de decisiones de la empresa, lo que implica el desarrollo en las emprendedoras de nuevas competencias gerenciales de gestión, liderazgo y marketing a fin de estar pendiente de tendencias y posibles problemas que tengan un impacto negativo en las ganancias de la empresa. Además, Las Mypes también deben explorar

nuevas oportunidades de negocio, ya que en pandemia han surgido nuevas modalidades de hacer empresa incluyendo a los medios electrónicos como parte de la transformación de hacer empresa.



Lista de referencias

- Allport, H. (1924). Social Psychology. En *Social Psychology*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315147888>
- Anari, A., y Kolari, J. (1999). Nonmonetary effects of the financial crisis in the Great Depression. *Journal of Economics and Business*, 51(3), 215-235. [https://doi.org/10.1016/S0148-6195\(99\)00005-3](https://doi.org/10.1016/S0148-6195(99)00005-3)
- Aragón, Jorge; Cruz, M. (2020). *Datos y tendencias del Avance del COVID-19 en Perú después de 70 días del primer caso reportado y de 60 días de cuarentena [1]*.
- Aragón, A., y Rubio, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PYMES del estado de Veracruz. *Contaduría y Administración*, 216, 35-69.
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2005.568>
- Babbitt, L. G., Brown, D., y Mazaheri, N. (2015). Gender, Entrepreneurship, and the Formal-Informal Dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163-174.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.02.019>
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2020a). *El programa Reactiva Perú*.
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2020b). Resumen Informativo Semanal. En *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Número 9).
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/resumen-informativo-2020-04-23.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo(BID). (2021). *Impacto del COVID-19 en las operaciones de las empresas lideradas por mujeres en la Alianza del Pacífico*.
- Banco Mundial. (2020). *¿Se necesitan estadísticas sobre las mujeres emprendedoras!*
<https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E. L., Luca, M., y Stanton, C. (2020). The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(30), 17656-17666.
<https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>
- Baumol, W. J. (1990). *Entrepreneurship : Productive , Unproductive , and Destructive Entrepreneurship : Productive , Unproductive , and Destructive*. 98(5), 893-921.
- Bernanke, B., y Blinder, A. S. (1988). Credit, Money, and Aggregate Demand. *The American Economic Review*, 78(2), 435-439.
- Boden, R. J., y Nucci, A. R. (2000). On the survival prospects of men's and women's new business ventures. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 347-362. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00004-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00004-4)
- Bousquet, E., y Pappalardo, G. (1979). [Synthesis and anti-arrhythmia activity of 5-benzylideneimidazoline-4-one derivatives]. *Bollettino chimico farmaceutico*, 118(1), 23-27.

https://books.google.com.pe/books?id=HrJ8AAAAIAAJ&dq=related:ISBN0521389046&source=gs_book_other_versions_r&cad=4

- Bowersox, D. J.; Closs, D. J. (1996). *The integrated supply chain process*. McGraw-Hill College.
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30. <https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Bullemore-Campbell, J., y Cristóbal-Fransi, E. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del covid-19 en la gestión de ventas. *Información Tecnológica*, 32(1), 199-208. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000100199>
- Buttner; Moore. (1998). Women Entrepreneurs: En *Women in Management Review* (Vol. 13, Número 1). London: Sage Publications. <https://doi.org/10.1108/wimr.1998.13.1.45.1>
- Buttner, E. H., y Rosen, B. (1989). Funding new business ventures: Are decision makers biased against women entrepreneurs? *Journal of Business Venturing*, 4(4), 249-261. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(89\)90015-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(89)90015-3)
- Campbell, J. B., y Fransi, E. C. (2021). Sales in a time of pandemic: Impact of covid-19 on sales management. *Información Tecnológica*, 32(1), 199-208. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000100199>
- Carbó Valverde, S., y Rodríguez Fernández, F. (2020). Ayudas a la financiación ante el COVID-19: marco temporal y suficiencia. *Cuadernos de Información Económica*, 276, 13-22.
- Carrillo-Maldonado, P., Deza, M., y Camino-Mogro, S. (2020). An overview of Ecuadorian companies before COVID-19. *X-Pendientes Económicos*, 4(9), 83-117.
- Cartagena, H., Pacheco, E., Palacios, S., y Tovar, D. (2020). *Situación de la empresa salvadoreña frente a la emergencia COVID-19*.
- Chavez Alizo, N. (2007). *Introducción a la investigación educativa: Vol. Tercera Ed.*
- Cohen, R., y Swerdlik, M. (2001). *Pruebas y Evaluaciones Psicológicas. Introducción a las Pruebas de Medición*. (McGraw-Hil).
- Coleman, S. (1998). «Access to capital: a comparison of men and women owned small business». *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson Colleague.
- Colina, Y., Isea, J., y Aldana, J. (2021). Impacto del COVID-19 en pequeñas y medianas empresas del Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(SpecialIssue 4), 16-31. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36991>
- Comisión Económica para América Latina Y el Caribe (CEPAL). (2020). *Informe Especial COVID-19 No 4: las empresas frente a la COVID-19: emergencia y reactivación*.
- Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE). (2020a). *Nota Informativa: Avance de programas Reactiva Perú y FAE-MYPE*. <https://www.cofide.com.pe/COFIDE/files/Nota-informativa-avance-programas-22-junio.pdf>

- Corporacion Financiera de Desarrollo (COFIDE). (2020b). Programas de Apoyo Empresarial. En *COFIDE*.
<https://www.cofide.com.pe/detalles1.php?id=1>
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, 8(3), 251-261. <https://doi.org/10.1002/job.4030080306>
- Cueva-Rivera, X. E., y Erazo-Álvarez, J. C. (2021). Impacto socioeconómico del Covid -19 en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*, VI(12), 77-113.
- Danes, S. M., Stafford, K., y Loy, J. T. C. (2007). Family business performance: The effects of gender and management. *Journal of Business Research*, 60(10), 1058-1069.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.013>
- Defensoria del Pueblo. (2020). Entrega de bonos a hogares en el contexto de la emergencia por la COVID-19: Dificultades y recomendaciones. En *Defensoría del Pueblo* (Vol. 10, Número 20).
<https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2020/07/Serie-Informes-Especiales-Nº-25-2020-DP-Entrega-de-bonos-a-hogares-en-el-contexto-de-la-emergencia-por-la-COVID-19.pdf>
- Deslauriers, J. P. (2004). Investigación cualitativa: guía práctica. En *Alma mater-Rude Colombia*.
<http://hdl.handle.net/11059/3365>
- Diario el Peruano. (2020). Decreto Legislativo Que Crea El Programa “Reactiva Perú” Para Asegurar La Continuidad En La Cadena De Pagos Ante El Impacto Del Covid-19. *Diario el peruano*, 36, 2-6.
<https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-legislativo-que-crea-el-programa-reactiva-peru-par-decreto-legislativo-no-1455-1865394-1>
- Diario el Peruano. (2021). *Más de 280,000 mypes fueron beneficiadas con el aval de deudas*.
<https://elperuano.pe/noticia/118322-mas-de-280000-mypes-fueron-beneficiadas-con-el-aval-de-deudas>
- Diaz, N., y Jimenez, J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto del genero. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 42,154-76.
- Elizalde, J. (2021). *Análisis de los emprendimientos en tiempo de pandemia covid-19 en el sector de Urdesa Central – Guayaquil, año 2020*. Universidad de Guayaquil.
- Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez De Contenido Y Juicio De Expertos: Una Aproximación a Su Utilización. *Avances en Medición*, 6, 27-36.
- Fabeil, N. F., Pazim, K. H., y Langgat, J. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic Crisis on Micro-Enterprises: Entrepreneurs’ Perspective on Business Continuity and Recovery Strategy. *Journal of Economics and Business*, 3(2), 837-844. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.02.241>
- Fairlie, R. W. (2020). *The impact of Covid-19 on small business owners: Continued losses and the partial rebound in May 2020* (Número May).
- Garg, A. K., y Phaahla, P. N. (2018). Factors Affecting the Business Performance of Small Businesses in

- Sekhukhune. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(4(J)), 54-67.
[https://doi.org/10.22610/jebs.v10i4\(J\).2407](https://doi.org/10.22610/jebs.v10i4(J).2407)
- GEM. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021 / 2022 Global Report Opportunity Amid Disruption*.
- Giles Navarro, C. A. (2020). Recomendaciones para las MIPyME ¿Qué hacer para sobrevivir a la pandemia del Covid-19? En *Notas Estrategicas*.
http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/4845/Nota86_RecomendacionesMipymePdf.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Gomar, R. (2020). Efectos del Covid-19 en la empresa. En *Universidad La Salle* (pp. 29-56).
<https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/1688>
- Gómez, M. (2002). Competitividad de las Pymes: ¿ Como pueden las pequeñas y medianas empresas de Costa Rica competir en el mercado local e internacional. *Economía y Sociedad*, 7(20), 127-143.
- Guzmán Cuevas, Joaquín; Rodríguez Gutiérrez, M. J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias. *Revista de Economía mundial*, 381-392. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86601830>
- Hassan Al Marzouqi, A., y Forster, N. (2011). An exploratory study of the under-representation of Emirate women in the United Arab Emirates' information technology sector. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 30(7), 544-562.
<https://doi.org/10.1108/02610151111167016>
- Hernández, R. A. (2020). Covid-19 y América Latina y el Caribe: los efectos económicos diferenciales en la región. En *Serie Documentos De Trabajo* (06/2020; Documentos de trabajo, Vol. 06). www.iaes.es
- Huilcapi, N., Troya, K., y Ocampo, W. (2020). Impact of COVID-19 on the strategic planning of Ecuadorian SMEs. *Revista Científica del Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 76-85.
<https://doi.org/10.26820>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática[INEI]. (2013). *Encuesta de micro y pequeña empresa* (Vol. 8).
- Instituto Nacional de Estadística e Informática[INEI]. (2019). *Encuesta Nacional de Hogares ENAHO*.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática[INEI], 2020. (2021). Demografía empresarial en el Perú: IV trimestre de 2020. En *Inei*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_3.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). Demografía empresarial en el Perú : IV Trimestre de 2020 Perú : Stock y variación neta de empresas en el IV Trimestre de 2021. En *Inei*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_3.pdf
- Instituto Nacional de estadística e Informática. (2015). *Encuesta nacional de empresas* (Vol. 8).

- IPE. (2020). *Las brechas financieras de la Pandemia*.
- Jacob, K. (2021a). BARRIERS TO MICRO-ENTREPRENEURSHIP FOR LOW-INCOME WOMEN: A STUDY OF INDIA AND SUB-SAHARAN AFRICA. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(05), 2021. www.ijebmr.com
- Jacob, K. (2021b). Barriers to micro-entrepreneurship for low-income women: a study of India and sub-Saharan África. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(05), 2021. www.ijebmr.com
- Kaldor, N. (1955). Alternative Theories of Distribution. *The Review of Economic Studies*, 23(2), 83. <https://doi.org/10.2307/2296292>
- Koontz, H. O'Donnell, C. (1979). Curso de Administración Moderna- Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas. En *México : Libros McGraw-Hil*.
- Lewis, E. St. (1898). *The Aida Sales Model*.
- Liu, Y., Wei, S., y Xu, J. (2021a). COVID-19 and Women-Led Businesses around the World. *Finance Research Letters*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102012>
- Liu, Y., Wei, S., y Xu, J. (2021b). COVID-19 and Women-Led Businesses around the World. *Finance Research Letters*, 43, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102012>
- Looze, J., y Desai, S. (2021). How has COVID-19 Changed Challenges for Entrepreneurs: Implications for Entrepreneurship Support. *SSRN Electronic Journal*, 1-14. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3778849>
- López, P. (2008). Población, muestra y muestreo. *Punto cero final*, 09(08), 6. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Loscocco, K. A., Robinson, J., Hall, R. H., y Allen, J. K. (1991). Gender and small business success: An inquiry into women's relative disadvantage. *Social Forces*, 70(1), 65-85. <https://doi.org/10.1093/sf/70.1.65>
- Lucas, R. E. (1998). On the size distribution of business firms. *Economics Letters*, 9(2), 508-523. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2007.04.031>
- Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., y Elam, A. (2020). Pivoting to stay the course: How women entrepreneurs take advantage of opportunities created by the COVID-19 pandemic. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 38(6), 481-491. <https://doi.org/10.1177/0266242620949136>
- Marlow, S. (1997). «Self-Employed Women. New Opportunities, Old Challenges?» *Entrepreneurship & Regional Development*, 9(3), 199-210.
- Marlow, Susan, y Carter, S. (2004). Accounting for change: professional status, gender disadvantage and self-employment. *Women in Management Review*, 19(1), 5-17. <https://doi.org/10.1108/09649420410518395>
- Martínez, M., Anderson, H., Piñeres, B., Villarreal, E., y Sandoval, J. (2020). COVID-19 en la vida de las

- mujeres. En *Comisión Interamericana de Mujeres*. <http://www.oas.org/cim>
- Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad*,. Ediciones Díaz de Santos.
- Mayorga-Meléndez, J., Carvajal-Larenas, R., y Morales-Urrutia, D. (2020). Aspectos sociales y su influencia en el emprendimiento femenino Sudamericano. *593 Digital Publisher CEIT*, 2(5), 125-133. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.2.196>
- Mayorga Ponce, R. B., Virgen Quiroz, A. K., Martínez Alamilla, A., y Salazar Valdez, D. (2020). Prueba Piloto. *Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, 9(17), 69-70. <https://doi.org/10.29057/icsa.v9i17.6547>
- Mcclelland, D. (1961). Achieving Society. En *Journal of Personality and Social Psychology* (Vol. 1). Simon and Schuster. <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=RI2wZw9AFE4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=mcclelland+1961&ots=NIMh1bwHK0&sig=2K-VKAvp-YSOddQW2Zf0sEdvJ3Y#v=onepage&q=mcclelland+1961&f=false%0Ahttps://books.google.com.my/books?hl=en&lr=&id=RI2wZw9AFE4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=T>
- Miller, M. H. (1977). Debt and Taxes. *Journal of Finance*, 32(2), 261-275.
- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (2020). *Programa de Garantías "Reactiva Perú"*. https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=102665&lang=es-ES&view=article&id=6429
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2021). *Resolución Directorial N° 0011-2021-MTPE/3/17.1 - Ley MYPE*.
- Modigliani, F., y Miller, M. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American Economic Review*, 48(3), 261-297.
- Modigliani, F., y Miller, M. (1963). Corporate income taxes and the cost of capital: A correction. *The American Economic Review*, 53(3), 433-443.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. En *Social Representations: Explorations in Social Psychology*. Cambridge University. <http://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SOC571E/um/S.Moscovici-SocialRepresentations.pdf>
- Myers, S. C., y Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0)
- N. Berger, A., y F. Udell, G. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking and Finance*, 22(6-8), 613-673. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(98\)00038-7](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(98)00038-7)
- Organización de los Estados Americanos y Comisión Interamericana de las Mujeres (OEAP). (2020). COVID-19 en la vida de las mujeres: Razones para reconocer los impactos diferenciados. En

Cuaderno Jurídico y Político (Vol. 6, Número 15).
<https://doi.org/10.5377/cuadernojurypol.v6i15.11159>

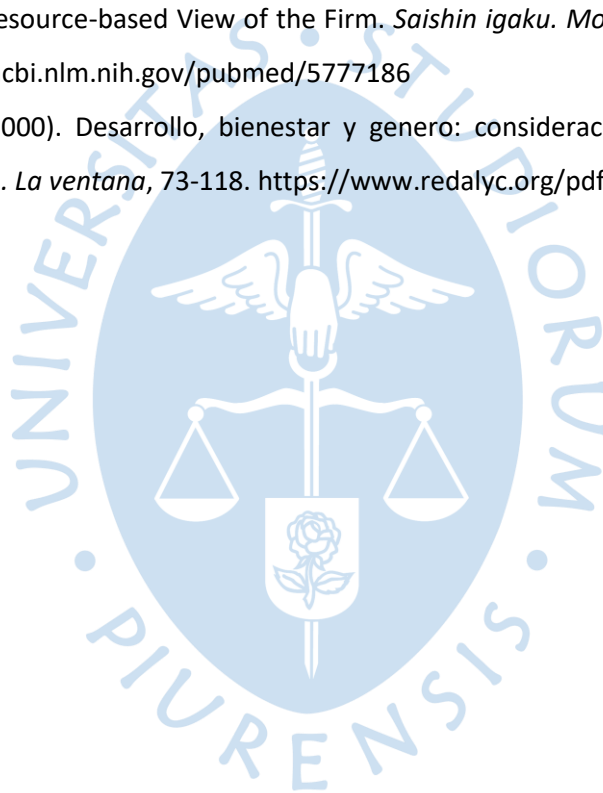
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2020). El COVID-19 y el mundo del trabajo. En *Observatorio de la OIT: Vol. 2ª*. <https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/>
- Orhan, M., y Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship? : An explanatory model. *Women in management*, 16(5): 232-247.
- Palma, C. (2008). Financiamiento no tradicional a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) costarricenses. *Ciencias Económicas*, 2, 217-241.
<http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7144>
- Palomo, González, M. A. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las PYMES. *Ingenierías*, VIII(28), 25-31.
file:///C:/Users/Hp/Downloads/Los_procesos_de_gestion_y_la_problematika_de_las_P.pdf
- Pavlov, I. (1986). *Fisiología y Psicología*. Alianza Editorial.
- Pfeffer, J., y Salancik, G. R. (1978). The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective. *The Academy of Management Review*, 4(2), 309. <https://doi.org/10.2307/257794>
- Premaratne, S. (2002). Access to capital: a comparison of men and women-owned small businesses. *Sri Lanka Economic Journal*, 3(2), 32-51.
- Reyes López, O., y Raamón. Olvera. (2013). Criterios para determinar el tamaño de muestra. *Congreso Internacional de Investigación de Academia Journals*, 5(3), 2919-2924.
- Reyes, R., Chávez, A., Aguilar, F., y Vlosky, R. (2004). Diagnóstico y análisis de mercadeo de pequeñas y medianas empresas transformadoras de madera en Siguatepeque y San Pedro Sula, Honduras. En *Recursos Naturales y Ambiente* (Número 42).
- Riding, A. L., y Swift, C. S. (1990). Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience. *Journal of Business Venturing*, 5(5), 327-340.
[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90009-1](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90009-1)
- Robb, A., y Wolken, J. D. (2002). Firm, Owner, and Financing Characteristics: Differences between Female- and Male-owned Small Businesses. En *SSRN Electronic Journal* (2002-18).
<https://doi.org/10.2139/ssrn.306800>
- Rosener, J. B. (1990). Ways Women Lead. En *Harvard Business Review* (Vol. 27, pp. 19-29).
https://doi.org/10.1007/978-90-481-9014-0_3
- Saavedra García, M. L., y Camarena Adame, M. E. (2021). La gestión en las empresas dirigidas por mujeres. *Equidad y Desarrollo*, 1(37), 75-97. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss37.4>
- Saavedra, M. L. (2020). Competitiveness in Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises (Msme) Led By Women in México City. *Revista Digital UNLP*, 15.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/98706/Versión_en_PDF.pdf-

PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Sachan, A., y Datta, S. (2005). Review of supply chain management and logistics research. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 35(9), 664-705. <https://doi.org/10.1108/09600030510632032>
- Sara, C., y Peter, R. (1998). The financing of male- and female-owned businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), 225-242. <https://doi.org/10.1080/08985629800000013>
- SERIDA, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., y Morales, O. (2020). *Global entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019*. https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2020/05/07/Final_GEM_2019.pdf
- Serna-Gómez, H. M., Barrera-Escobar, A., y Castro-Escobar, E. S. (2020). Efectos en el empleo en las micro y pequeñas empresas generados por la emergencia del COVID-19: Caso Colombia. En *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3609574>
- Shafi, M., Liu, J., y Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- Shumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Breakdown. En *Economica* (Harvard Un, Vol. 58, Número 232). <https://doi.org/10.2307/2554704>
- Silupú Garces, B. (2021a). *Informe Bimestral N°2-Noviembre 2021 Piura: Observatorio Principal*.
- Silupú Garces, B. (2021b). *N °1 – Setiembre 2021 Piura: Observatorio*.
- Silupú Garces, B. (2022). *Piura: Observatorio Empresarial*. https://home.mujeresdelpacifico.org/uploads/library/5b96f4d0a1270_1er-Informe-MdP-ASELA-OAP.pdf
- Simancas Pallares, M. Á., Herazo, E., y Campo Arias, A. (2016). Técnicas para estimar la estabilidad de una escala de medición en salud. *Revista Ciencias Biomédicas*, 7(1), 104-111. <https://doi.org/10.32997/rcb-2016-2936>
- Skinner, S. D. (1992). Female entrepreneurs in the retail trade: a study of personal and professional traits as they impact on business environments. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 2(2), 183-195. <https://doi.org/10.1080/09593969200000036>
- Smith, A. (1976). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. En *The Economic Journal* (Vol. 14, Número 56). Editorial Alejandría. <https://doi.org/10.2307/2221259>
- Torres, A. S. (2015). Importancia dentro del sistema financiero colombiano del clima organizacional, para los establecimientos bancarios en el periodo 2010 al 2014 [Universidad Militar de Nueva Granada]. En *Universidad Militar Nueva Granada*. [https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/7116/1/monografia final.pdf](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/7116/1/monografia%20final.pdf)
- United Nations. (2020). The Impact of COVID-19 on Women. En *United Nations* (Número April). <https://www.unwomen.org/>

/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/policy-brief-the-impact-of-covid-19-on-women-en.pdf?la=en&vs=1406

- Verheul, I., Carree, M., y Thurik, R. (2009). Allocation and productivity of time in new ventures of female and male entrepreneurs. *Small Business Economics*, 33(3), 273-291. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9174-x>
- Vinelli, Marco; Alberto, M. (2020). Impacto del COVID-19 en el empleo en el Perú. *conexion ESAN*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/impacto-del-covid-19-en-el-empleo-en-el-peru#:~:text=En consecuencia%2C el impacto del,aproximadamente 3.5 millones de empleos.>
- Visser, E.-J. (2007). Logistic innovation in global supply chains: an empirical test of dynamic transaction-cost theory. *GeoJournal*, 70(2-3), 213-226. <https://doi.org/10.1007/s10708-008-9133-0>
- Wernerfelt, B. (1969). A Resource-based View of the Firm. *Saishin igaku. Modern medicine*, 24(1), 171-175. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/5777186>
- Zapata, E., y Nazar, A. (2000). Desarrollo, bienestar y genero: consideraciones teoricas. *Revista de estudios de genero. La ventana*, 73-118. <https://www.redalyc.org/pdf/884/88412392005.pdf>





Notas al pie de página

¹ El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) mediante el Decreto Supremo N° 398-2021-EF estableció el valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) como índice de referencia en normas tributarias de S/.4,600 nuevos soles.

² El valor de la UIT cambia de forma anual, para este caso se está tomando como base el valor de la UIT al año 2022 de S/ 4,600 indicando que al exceder este monto se logra la clasificación de las empresas según su volumen de venta anual.

³ Créditos con garantía antes del 1 de junio del 2020.

⁴ Créditos con garantía después del 1 de junio del 2020.

⁵ "C" indica categórica, "D" indica dicotómica y "N" numérica.

⁶ Corresponde a la categoría cuando la variable es categórica, el promedio cuando es numérica y el porcentaje de valor 1 cuando es dicotómica.

⁷ Corresponde a la frecuencia cuando es categórica y a la desviación estándar cuando es numérica.

⁸ Categoría "1" reporta 20 observaciones con el 30.77%.

⁹ "C" indica categórica, "D" indica dicotómica y "N" numérica.

¹⁰ Corresponde a la categoría cuando la variable es categórica, el promedio cuando es numérica y el porcentaje de valor 1 cuando es dicotómica.

¹¹ Corresponde a la frecuencia cuando es categórica y a la desviación estándar cuando es numérica.

¹² Fuentes de financiamiento no tradicional corresponden "Ahorro personal/ganancias de negocio", "Préstamo familiar/Préstamo a conocido", "Panderos" y "Préstamos a proveedores" (Pregunta N° 18 del cuestionario).

¹³ La recuperación de las ventas es "Sí" cuando las ventas del 2021 son mayores a las del 2019, "No" en caso contrario.

¹⁴ La recuperación de las ventas es "Sí" cuando las ventas del 2021 son mayores a las del 2019, "No" en caso contrario.

¹⁵ Fuentes de financiamiento no convencional corresponden a "Reactiva Perú", "Fae Mype" y "Bonos" (Pregunta N° 19 del cuestionario).

¹⁶ Corresponde a "Sí" tiene deuda actual.

¹⁷ La recuperación de las ventas es "Sí" cuando las ventas del 2021 son mayores a las del 2019, "No" en caso contrario.

¹⁸ La recuperación de las ventas es "Sí" cuando las ventas del 2021 son mayores a las del 2019, "No" en caso contrario.

¹⁹ "C" indica categórica, "D" indica dicotómica y "N" numérica.

²⁰ Corresponde a la categoría cuando la variable es categórica, el promedio cuando es numérica y el porcentaje de valor 1 cuando es dicotómica.

²¹ Corresponde a la frecuencia cuando es categórica y a la desviación estándar cuando es numérica.

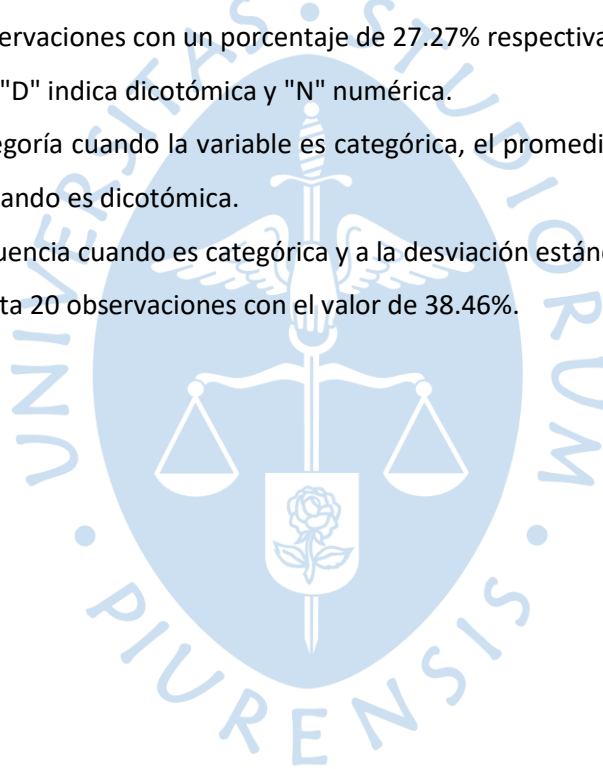
²² La categoría "2" reporta también 13 observaciones con un porcentaje de 33.33%. **5/** Las categorías "2" y "3" reportan 6 observaciones con un porcentaje de 27.27% respectivamente.

²³ "C" indica categórica, "D" indica dicotómica y "N" numérica.

²⁴ Corresponde a la categoría cuando la variable es categórica, el promedio cuando es numérica y el porcentaje de valor 1 cuando es dicotómica.

²⁵ Corresponde a la frecuencia cuando es categórica y a la desviación estándar cuando es numérica.

²⁶ La categoría "3" reporta 20 observaciones con el valor de 38.46%.



Anexos





Anexo 1. Encuesta aplicada a emprendedoras

Encuesta dirigida a emprendedoras de la region piura

Buenos días/ tardes Sra....Mi nombre es.....Egresada de Administración de Empresas de la Universidad de Piura. Actualmente venimos realizando nuestro proyecto de Investigación para conocer cuáles son los efectos que están teniendo sus emprendimientos por la situación del Covid 19.

Para ello, le agradecemos de antemano su disponibilidad y atención para dar respuesta a una serie de preguntas que le realizaremos.

MODULO I. CONTEXTO DEMOGRÁFICO Y LABORAL

1. Información Personal

1.1. Edad: _____

1.3. Distrito:

1. Piura
2. Castilla
3. 26 de Octubre
4. Catacaos
5. Otros

1.4. Estado civil:

1. Soltera
2. Casada
3. Conviviente
4. Otros

1.4. N° de hijos dependientes: _____

2. Información Académica

2.1. Nivel académico alcanzado

0. Sin instrucción
1. Primaria Completa
2. Secundaria Completa
3. Técnico o universitaria Completa
4. Otros

3. Situación laboral

3.1 ¿Cuál es la actividad principal de su negocio?

3.2 ¿Desde cuándo inició sus actividades?**3.3 ¿Cuál es el motivo por el cual inició este negocio?**

1. Por necesidad
2. Por oportunidad de negocio
3. Por experiencia
4. Legado familiar
5. Autorrealización/Motivación familiar

3.4 ¿Su negocio se encuentra registrado en la Sunat?

0. No está registrado
1. Si, está registrado

Si la respuesta es “no” pasar a la pregunta 3.6, si la respuesta es “sí”, continuar con la pregunta 3.5

3.5 ¿Cómo se encuentra registrado?

1. Persona Natural con RUC
2. Persona Jurídica

3.6 ¿Cuál es la razón por la que no está registrado?

0. No lo considero necesario
1. Mi negocio es pequeño, recién empiezo
2. Desconocimiento de trámites
3. No tengo la capacidad para pagar impuestos
4. Burocracia

MODULO II. GESTIÓN EMPRESARIAL**4. ¿En qué consiste ese plan de negocio?**

1. Objetivo de venta mensual
2. Registro de ingresos y gastos diarios o mensuales
3. Ganancia obtenida en el mes
4. Separa ingresos y gastos del negocio de los familiares
5. Control de inventarios

5. ¿Usted lleva algún registro en su negocio?

0. No lleva las cuentas
1. Apuntes personales
2. Libros de contabilidad
3. Libros de ingresos y gastos

6. El 2019 ¿A cuánto ascendían en promedio sus ventas mensuales por estas épocas?

7. Y en el 2020 con la llegada de la pandemia ¿Cómo ha sido el comportamiento de sus ventas? ¿Han aumentado o disminuido?

8. Y actualmente, en el 2021 ¿Cómo va el comportamiento de sus ventas? ¿Han aumentado o disminuido?

9. ¿Cuándo Ud. Inició su negocio recurrió a un préstamo con alguna institución financiera?

0. No

1. Si

Si la respuesta es "sí", realizar la pregunta 9 y 10, todo lo contrario, continuar con la pregunta 11.

10. ¿Con que institución inicio el préstamo?

1. Caja Municipal

2. Banco

3. Financiera

4. Caja y banco

11. ¿Para qué lo utilizo específicamente?

1. Para compra de mercadería, materiales o insumos

2. Para diversificar mi negocio

12. ¿Por qué no utilizó un crédito con alguna institución financiera?

1. Tenía mis ahorros, capital propio

2. Prefiero trabajar independiente, sin riesgos

3. Acudí a préstamos familiares

4. No tenía la capacidad para pagar

13. Antes de la pandemia, es decir, hasta el mes de febrero del 2020 ¿Usted tenía algún crédito con alguna institución financiera?

0. No

1. Si

14. ¿Con qué tipo de institución obtuvo el crédito?

1. Caja Municipal
2. Banco
3. Financiera
4. Caja y banco

15. Actualmente, ¿Tiene algún endeudamiento con alguna institución financiera?

0. No

1. Si

Si la respuesta es "sí", realizar la pregunta 15 y 16, todo lo contrario, continuar con la pregunta 17.

16. ¿Con que institución financiera?

1. Caja municipal
2. Banco
3. Financiera
4. Caja y banco

17. ¿Para qué ha utilizado el endeudamiento?

1. Compra de materiales, mercadería, equipos
2. Diversificar el negocio
3. Gastos relacionados al negocio y casa

18. ¿En qué otras formas ha recurrido usted para buscar financiamiento en esta crisis (que no sean entidades financieras)?

1. Ahorro Personal/Ganancias de negocio
2. Préstamo Familiar/Préstamo a conocido
3. Panderos
4. Préstamos a proveedores

19. ¿Ha podido acceder a nuevos medios de financiamiento otorgados por el Gobierno tales como?

0. No he accedido
1. Reactiva Perú
2. Fae Mype
3. Bonos

20. En esta coyuntura ¿Qué modalidad de ventas ha adoptado?

1. Solo presencial
2. Virtual (Delivery)
3. Ambas

21. En su negocio ha implementado medios digitales de pago:

- 0. No, solo efectivo
- 1. Si, Pagos con tarjetas
- 2. Si pagos con Yape, Plin o Tunki
- 3. Efectivos y Tarjetas
- 4. Efectivo y aplicativos móviles

22. ¿Participa activamente en cursos de capacitación, para mejorar la gestión de su negocio?

- 0. No
- 1. Si

Si la respuesta es "sí", realizar la pregunta 23, todo lo contrario, continuar con la pregunta 23.

23. ¿En qué servicios se capacitó?

- 1. Nuevas técnicas de negocio
- 2. Atención al público
- 3. Marketing Digital
- 4. Herramientas de ventas, ventas online
- 5. Gestión financiera

24. Respecto a su negocio; ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta debido al Covid 19?

- 0. No, al contrario, me benefició
- 1. Desabastecimiento /Alza de insumos,
- 2. Disminución de ventas/paralización por restricciones del gobierno
- 3. Costo elevado del transporte
- 4. Cumplir con protocolos seguridad

25. ¿Qué perspectiva tiene usted como empresaria para los siguientes meses sobre su negocio?

- 1. Diversificar mi negocio
- 2. Abrir nuevos locales/ implementar mejoras.
- 3. Crecimiento de ventas
- 4. Mayores facilidades del gobierno

26. ¿Qué cree usted que necesita o le falta para que su negocio pueda crecer?

- 0. Nada, creo que está bien
- 1. Capacitaciones
- 2. Obtener financiamiento
- 3. Formalizarme
- 4. Digitalización

Nota. Las preguntas del Módulo I: Contexto Demográfico y Laboral se extrajeron de un Modelo de Encuesta a Micro y Pequeñas empresas realizado por la Dirección general de Estadística, Encuestas y Censos de Paraguay (2016) y la Encuesta Nacional de Hogares-ENAH0 (2019)-Sección: Descripción General del Negocio. El Módulo II: Gestión Empresarial se adaptaron de la Encuesta de Micro y Pequeña empresa (EMYPE) implementada por el INEI (2013).



Anexo 2. Detalle de encuesta realizada a emprendedoras

Detalle de encuesta realizada a emprendedoras

El siguiente proyecto de titulación, denominada: *“Diagnóstico empresarial de los emprendimientos; liderados por mujeres en la región Piura en tiempo del COVID 19”*; tiene como finalidad analizar la gestión empresarial del emprendimiento en la Región Piura a través de los siguientes objetivos específicos:

1. Examinar el flujo de ingresos y volumen de ventas de las emprendedoras en tiempos de COVID-19.
2. Determinar el sector más afectado y el que se ha recuperado por las regulaciones del gobierno en tiempos de COVID-19.
3. Analizar las fuentes de financiamiento utilizadas por las mujeres emprendedoras en tiempos de COVID-19.

Donde las principales variables en estudio son: financiamiento, ventas y sector, las cuales se pasan a detallar a continuación:

- **Financiamiento (Variable Principal):** Las preguntas que responden a esta variable abarca desde la interrogante 8 hasta la pregunta 19; en la que se trata de medir el financiamiento de la emprendedora en 3 etapas: al inicio de su negocio, antes y durante la Pandemia.
- **Ventas Insuficientes:** Las preguntas 6 y 7 tratan de dar respuesta a esta variable.
- **Sector Comercio:** La pregunta 3 permite reconocer el tipo de sector, mientras la pregunta 24 examina los problemas que han enfrentado a raíz de la pandemia.

Por otra parte, como parte de la encuesta encontramos aquellas preguntas enfocadas a medir el perfil demográfico y educativo de la emprendedora (1.1, 1.2, 1.3, 1.4 y 2.1) tomando como referencia un Modelo de Encuesta a Micro y Pequeñas empresas realizado por la Dirección general de Estadística, Encuestas y Censos de Paraguay (2016)- Sección: I. identificación de la empresa y Sección IV promedio anual de personal ocupado y nivel educativo; preguntas que nos permitan conocer su situación laboral (3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6) en base a la Encuesta Nacional de Hogares- ENAHO (2019) -Sección: Descripción General del Negocio y sobre gestión empresarial tomando como referencia las preguntas (4,5,20,21,22 y 23) de la Encuesta de Micro y Pequeña empresa –EDMYPE-(2013).

Nota. Las preguntas del cuestionario fueron redactadas tomando como base la Encuesta Nacional de Empresas-ENE (2015)-Capítulo I, Encuesta Edpyme (2013)-Capítulo X y un Modelo de Encuesta a Microempresas realizado por Alcas y Morante(2019).

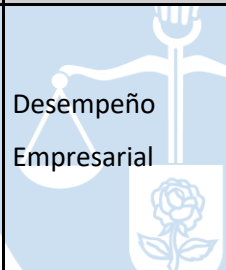


Apéndices





Apéndice A. Matriz de consistencia

Matriz de consistencia							
Título: Diagnóstico empresarial de los emprendimientos liderados por mujeres en la región Piura en tiempo de COVID 19							
Autores: Guerrero Vásquez, Ana y Cruz Yovera, Diana							
Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables				Diseño de la investigación
Problema general: ¿Cómo ha sido la gestión empresarial de los emprendimientos femeninos en tiempos de pandemia?	Objetivo general:	Hipotesis principal:	Variables dependientes				Transversal y descriptivo
	Analizar la gestión empresarial del emprendimiento femenino en tiempo de pandemia Covid-19 en la región Piura		Desempeño Empresarial	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición/Items	
	Variables independientes				Método no Probabilístico: Bola de Nieve		
Problemas específicos	Objetivos específicos:	Hipotesis específicas:	Variables	Dimensión		Indicadores	Escala de Medición/Items

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles han sido las fuentes de financiamiento que han utilizado las empresas lideradas por mujeres en tiempos de Covid-19? 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las fuentes de financiamiento utilizadas por las mujeres emprendedoras en tiempos de Covid 19. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las Mypes lideradas por mujeres en tiempo de Covid-19, han recurrido a fuentes de financiamiento no convencionales incentivadas por el gobierno. 	<p>Financiamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes Internas • Fuentes Externas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorros propios • Préstamos familiares • Préstamos cajas, bancos • Otros 	<p>Escala Nominal/Item 9-19</p>	<p>Población conformada por 440 mil Mypes piuranas, con una muestra de 150 emprendimientos femeninos</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo afectó el Covid-19 al comportamiento de los ingresos de estos pequeños emprendimientos en tiempos de Covid 19? 	<ul style="list-style-type: none"> • Examinar el flujo de ingresos y volumen de ventas de las emprendedoras en tiempos de Covid 19. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las mypes lideradas por mujeres lograron recuperar sus ventas en tiempo de pandemia debido al acceso de fuentes de financiamiento no convencional 	<p>Ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes Internas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas mensuales 2019 • Ventas mensuales 2020 • Ventas mensuales 2021 	<p>Escala de Razón/Item 7-9</p>	

		incentivados por el gobierno			
<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué sectores fueron los que han mostrado una rápida recuperación en tiempos del Covid-19? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar el sector más afectado y el que se ha recuperado por las regulaciones del gobierno en tiempos de Covid 19. 	<ul style="list-style-type: none"> Las Mypes del sector comercio liderados por mujeres son las que fueron afectadas por el Covid-19, pero han mostrado mayor recuperación en comparación a otros sectores. 	Sector		<p>Escala nominal/Item 3.1</p>

Nota. Elaboración propia.

