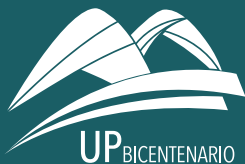




En búsqueda de un desarrollo integral

— ● —
**20 ensayos
en torno al Perú del
Bicentenario**

**Arlette Beltrán
Cynthia A. Sanborn
Gustavo Yamada
EDITORES**



Fondo
Editorial



**UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO**

En búsqueda de un desarrollo integral



20 ensayos
en torno al Perú del
Bicentenario

Arlette Beltrán
Cynthia A. Sanborn
Gustavo Yamada
EDITORES



Fondo
Editorial



UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO

Razones y lineamientos para impulsar el emprendimiento de mujeres en el Perú

MARÍA ÁNGELA PRIALÉ Y JORGE DÁVALOS¹

Este ensayo suma, a partir de una revisión de literatura, un argumento adicional a los de carácter moral y económico para justificar la necesidad de que, en el Perú, los gestores públicos a cargo de la creación y puesta en marcha de los programas de fortalecimiento del emprendimiento introduzcan actividades específicas y diferenciadas destinadas exclusivamente a las mujeres emprendedoras, y que dichas acciones incorporen la promoción del comportamiento empresarial socialmente responsable como fórmula para escalar el impacto positivo de los emprendimientos. El argumento adicional consiste en la relación positiva entre el liderazgo de la mujer y la adopción de prácticas empresariales responsables. Además de lo mencionado, los autores evalúan de manera exploratoria si las acciones incluidas en los programas de fortalecimiento del emprendimiento vigentes en nuestro país hacen referencia a la responsabilidad social, y contemplan las necesidades especiales, originadas en diferencias de género, que requieren atenderse para apoyar la consolidación de las empresas de mujeres. Los resultados muestran que incluso los programas focalizados requieren afinarse para superar las barreras de género y que la mayoría de estos dejan de lado la promoción de la responsabilidad social empresarial. Finalmente, a partir de los hallazgos, se esbozan lineamientos para fortalecer los programas públicos de emprendimiento de mujeres en temas como

¹ Queremos agradecer a los asistentes de investigación Pilar Medina y Carlos Flores por su apoyo en la preparación de este ensayo. Su participación en la búsqueda de bibliografía relevante y en la identificación de los programas de impulso al emprendimiento ha sido valiosa.

el tratamiento de la barrera de autoconfianza y motivación, el acceso al financiamiento, el acceso a redes, la conformación de alianzas y la articulación e integración de los programas de responsabilidad social y de emprendimiento focalizados en mujeres.

1. Introducción

Los retos que nuestro país enfrenta de cara al Bicentenario son numerosos. La relevancia de algunos de ellos, como es el caso de los asuntos de género, se encuentra recogida en uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 5), que marca el ideal de empoderar a mujeres y niñas y lograr la igualdad entre los géneros. Los avances realizados para mejorar las condiciones en que viven las mujeres peruanas aún son escasos, y, para revertir la situación, la intervención pública en el «mundo productivo», que tiene como una de sus esferas al emprendimiento, debe articularse intersectorialmente. No solo ello, el emprendimiento en general y el de mujeres en particular se conecta con otro de los grandes desafíos para el Perú del futuro: la competitividad y la productividad –las empresas de mujeres tienen mayor probabilidad de no consolidarse–. Para avanzar en estas tareas pendientes es crucial evaluar en qué situación nos encontramos luego de 200 años de historia republicana. Esa reflexión nos permitirá diseñar el futuro más articulado en el que se conecten la competitividad, la igualdad de oportunidades y la responsabilidad social.

El Perú es reconocido como un país de emprendedores y se sitúa habitualmente en los primeros lugares del mundo en número de emprendimientos en etapa temprana² (Serida *et al.*, 2018). Según el estudio publicado en 2018 por el Global Entrepreneurship Monitor (en adelante, GEM), el 24,6% de los peruanos adultos de entre 18 y 65 años está involucrado en algún tipo de emprendimiento en etapa temprana, y 4 de cada 10 peruanos tienen previsto realizar alguno en los siguientes tres años. El espíritu emprendedor es socialmente valorado, y buena parte de la población lo considera como una atractiva opción de carrera (64,7%) y fuente de prestigio y estatus (62,9%) (Serida *et al.*, 2018).

No obstante, aun cuando en el país se produce un incremento sostenido del número de empresas constituidas (INEI, 2018c), su nivel de consolidación es bajo y solo 3 de cada 10 supera los 3,5 años de funcionamiento. Así, el Perú se sitúa no solo entre los países líderes en el número de emprendimientos en edad

² De acuerdo con el GEM, un emprendimiento en fase o etapa temprana es aquel que tiene menos de 3,5 años de funcionamiento.

temprana sino también entre los de mayor índice de discontinuación, pues ocupa la posición 14 de 54 países y se ubica por encima del promedio de la región latinoamericana (Serida *et al.*, 2018).

Al analizar las estadísticas discriminando por sexo del fundador, se encuentra que, aunque el índice de paridad de la tasa de emprendimiento temprano (TEA) de hombres y mujeres es alto (0,92), cuando se examinan los emprendimientos más maduros, la brecha entre hombres y mujeres crece, y solo el 30,3% de las empresas que llegan a consolidarse son propiedad de mujeres (Serida *et al.*, 2018). Son varias las explicaciones que se han ensayado a esta realidad. Entre ellas está la motivación que empuja al emprendedor a dar a luz a su iniciativa, pues los emprendimientos por oportunidad tienden a una tasa mayor de consolidación que los emprendimientos que surgen por necesidad (Serida *et al.*, 2018), y, en el Perú, el 60% de los emprendimientos por necesidad en etapa temprana son liderados por mujeres (Serida *et al.*, 2018). Otras justificaciones exploradas por la literatura son las barreras de género, ubicadas en los ámbitos personal, organizacional, institucional e incluso cultural, que frenan a la mujer en su desarrollo como emprendedora (Wu, Li, & Zhang, 2019; Maxfield *et al.*, 2010; Coleman & Robb, 2009; Powers & Magnoni, 2010).

El Estado peruano, desde hace aproximadamente cinco años, ha puesto en su agenda el emprendimiento de mujeres y ha sumado a los existentes programas generales de fortalecimiento del ecosistema del emprendimiento algunos focalizados en «ellas». Los programas focalizados, si bien relativamente nuevos en nuestro país, son una tendencia instalada globalmente tanto en el ámbito público como en el privado (Johnstone-Louis, 2017). En el sector privado, al menos 40 de las 100 empresas más grandes del mundo ejecutan, como pilar importante de su compromiso corporativo de responsabilidad social hacia la igualdad de género, programas de promoción del emprendimiento de mujeres en todas sus filiales (Johnstone-Louis, 2017). Además, las organizaciones sin fines de lucro (Nieva, 2015) y las agencias multilaterales (Moon & Vogel, 2008) han sumado sus recursos a la implementación de programas de empoderamiento femenino que contemplan como eje central la creación de empresas. Por último, desde los Gobiernos, el estímulo del emprendimiento de mujeres es parte de la agenda política de combate a la vulnerabilidad de estas, pues se entiende el estatus económico de las ciudadanas como un indicador de la etapa de desarrollo en la que se encuentra una sociedad (Nieva, 2015).

Las justificaciones más estudiadas para apoyar focalizadamente a las mujeres emprendedoras se enraízan en el potencial impacto de la mujer en la sociedad

–tanto a nivel económico como en el bienestar social (Hossain, Bose, & Ahmad, 2004; Lock & Lawton, 2016; Uwantege & Mbabazi, 2015)– y en las consideraciones morales y éticas en torno a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres (Green & Powel, 2012; Campbell & Mínguez-Vera, 2008) recogidas en documentos tan importantes como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas).

En el Perú, se espera que los programas de emprendimiento focalizados causen mejoras en los índices de paridad³ y permitan, a través de la consolidación de los negocios, el pleno aprovechamiento del impacto positivo de la creación de empresas en el crecimiento de la economía. La preocupación por consolidar los emprendimientos debe tomar en cuenta el promover los que se ponen en marcha a partir de la identificación de una oportunidad, pues la literatura concluye que solo estos impactan de manera positiva en el crecimiento del PIB y en otras variables macroeconómicas, como, por ejemplo, los niveles de investigación y desarrollo, el gasto en la educación (Kasseeah, 2016; Acs, 2006; Blowfield & Dolan, 2014), y la generación efectiva de más empleo (Serida *et al.*, 2018; Amorós, Borraz, & Veiga, 2016).

Si bien los argumentos éticos y económicos son suficientemente potentes en sí mismos para trabajar de manera diferenciada con las mujeres, en los países en desarrollo estas consideraciones se acompañan con una tercera categoría argumentativa muy poco explorada en el ámbito local: el «*social business case* del emprendimiento de mujeres». Esta categoría postula que el desempeño social de las empresas de propiedad y conducción de mujeres es mejor que el de las empresas conducidas por hombres (Landry, Bernardi, & Bosco, 2016; Alonso-Almeida, Perramon, & Bagur-Femenias, 2017). Es decir, las empresas lideradas por mujeres tienen un mayor compromiso con la adopción de prácticas empresariales responsables.

Dichas prácticas responsables incluyen la gestión de dos aspectos centrales de la problemática de nuestro país: el alto nivel de informalidad, en especial en la micro- y pequeña empresa (INEI, 2018b) y la corrupción (Transparency International, 2019), además de una preocupación permanente por todos los *stakeholders* del negocio, incluidos trabajadores y clientes (ISO, 2010). Por ello, la conscien-

³ Posibles indicadores de cumplimiento de dos de las metas del quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible – igualdad de género: (1) asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo en todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública, y (2) aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas en todos los niveles.

cia de la relación entre responsabilidad social y mujer emprendedora resulta un camino interesante de ser estudiado y agregado en el diseño de los programas focalizados. La articulación entre promoción de prácticas de responsabilidad social y remoción de las barreras que enfrentan las mujeres para consolidar sus empresas resultaría en un triple impacto positivo económico, social y ambiental, contribuyendo así a un crecimiento y desarrollo más sostenible del país (Amorós *et al.*, 2016).

Este ensayo tiene como objetivo dar a conocer, a través de la revisión de literatura y de forma exploratoria y descriptiva, el argumento del «*business case* del emprendimiento de mujeres» y las barreras que ellas deben superar para consolidar sus iniciativas empresariales. Además, desde una perspectiva aplicada, y con la limitación de estar basados solo en la opinión de los autores, se busca esbozar lineamientos para el diseño de los programas de fomento al emprendimiento de mujeres, de manera que se apropien del potencial impacto positivo del vínculo entre mujer emprendedora y responsabilidad social y que aborden, de manera más eficiente, las barreras específicas que limitan la consolidación de los emprendimientos de «ellas».

El documento que se presenta se estructura como sigue. En la segunda sección, se contextualiza el problema señalando los desafíos del emprendimiento en general y del emprendimiento de mujeres en particular. Seguidamente, se realiza un recorrido por estudios académicos que presentan las barreras para la consolidación de las empresas de mujeres y que señalan el efecto del liderazgo empresarial de mujeres en la adopción de prácticas responsables. En la cuarta sección, se identifican los principales programas de apoyo al emprendimiento de mujeres en ejecución en nuestro país y se muestran los resultados de su evaluación con relación a su abordaje de las barreras específicas que enfrentan las mujeres emprendedoras y la promoción de la responsabilidad social empresarial. Finalmente, en la última sección de este ensayo, se esbozan algunos lineamientos y recomendaciones para fortalecer los programas en ejecución y diseñar nuevos. Todo ello con miras a encarar los retos de paridad entre hombres y mujeres, y de una actuación empresarial responsable –ética y formal– con la sociedad, que se perfilan *ad portas* del Bicentenario.

2. Breve recorrido por la situación del emprendimiento y el emprendimiento de mujeres en el Perú

Las altas tasas de mortalidad e informalidad son características de las empresas peruanas. Al año 2017, existían 7.148.000 unidades productivas informales, y

aun cuando, entre 2014 y 2018, se produjo en el país un incremento sostenido del 6,2%, en promedio, del número de empresas registradas formalmente (INEI, 2019), su nivel de consolidación es bajo –solo 3 de cada 10 superan los 3,5 años de funcionamiento–. Un factor que contribuye a explicar ambos fenómenos es la motivación que condujo a la puesta en marcha del emprendimiento. La mayoría de las empresas informales de nuestro país (57%) nacen como respuesta a la falta de oportunidades para su fundador en la economía formal, es decir, son creadas por necesidad (OIT, 2017; INEI, 2018b). Esa misma variable, la creación de empresas por necesidad y no por oportunidad, disminuye las probabilidades de las empresas para superar los primeros años del negocio y consolidarse (Serida *et al.*, 2018).

Se construye así un círculo vicioso que limita el aprovechamiento del emprendimiento como vehículo de desarrollo, pues la actividad emprendedora no genera empleo proporcionalmente a su crecimiento. Según datos del INEI, en el período 2007-2018, el crecimiento del empleo formal fue de cerca de la cuarta parte del crecimiento del número de empresas formales, y las empresas con menos de 10 trabajadores fueron responsables de aproximadamente el 90% del empleo informal en el mismo período (INEI, 2019d). Es decir, las empresas no se consolidan, y evidencian una muy reducida capacidad para crear empleo formal, y la falta de oportunidades de empleo formal incentiva el surgimiento de más emprendimientos informales de supervivencia y con poco potencial de consolidación.

Avanzar en el desmantelamiento de ese círculo vicioso pasa por mejorar el desempeño de las empresas que se encuentran en etapa temprana. Un mejor desempeño incrementaría el nivel de atracción a la economía formal (posibilidades de crecer y alcanzar nuevos clientes) y, a su vez, la formalización incidiría en mayores probabilidades de consolidación (incremento de la productividad, continuidad en la operación). El mejor desempeño de las empresas en la etapa temprana requiere controlar factores abundantemente estudiados por la literatura. Destacan el comportamiento personal y la preparación gerencial del emprendedor (Gurrero, 2019; Ibrahim & Goodwin, 1986; De la O Cordero & Monge-González, 2019; Urbano & Turro, 2013; Yamada, 2014); las características del ecosistema en el que se desarrolla el emprendimiento (Mason & Brown, s. f.; Kimaya, 2012; Simatupang, Schwab, & Lantu, 2015; Weinberger, 2019); y las condiciones de operación de la empresa (Cuervo, 2005; Thornton, Ribeiro-Soriano, & Urbano, 2011; Urbano & Álvarez, 2014; Valdez & Richardson, 2013).

De manera más específica, entre las variables personales y de preparación gerencial del emprendedor se incluyen sus niveles de aversión al riesgo y flexibili-

dad, su destreza gerencial (experiencia previa, sentido de planificación hacia el crecimiento) y su nivel de disciplina en términos de formalidad (Guerrero & Santamaría-Velasco, 2019; Ibrahim & Goodwin, 1986; Phillips & Kirchhoff, 1989; Schutjens & Wever, 2000; Urbano & Turro, 2013; Wagner, 2004). Las variables relacionadas con las condiciones de operación del negocio comprenden aspectos como la cantidad de recursos financieros con los que cuenta inicialmente el emprendedor, los niveles de rentabilidad de los primeros años (Arias & Quiroga, 2008; Prahalad & Hamel, 1990), así como el nivel de competencia en la zona de ubicación de la empresa y la proyección de crecimiento del sector específico de actividad, además de diversos factores socioculturales y políticos (Arias & Quiroga, 2008; Cuervo, 2005; Thornton *et al.*, 2011; Urbano & Álvarez, 2014; Valdez & Richardson, 2013). Por último, en lo que respecta al ecosistema, es central la articulación del trabajo del emprendedor con el de los demás agentes que conforman ese ecosistema (De la O Cordero & Monge-González, 2019; Kimaya, 2012; Mason & Brown, s. f.; Simatupang *et al.*, 2015).

Estas variables, señaladas por la literatura, orientan el diseño de los programas de emprendimiento; no obstante, la diferencia en la consolidación de los negocios de emprendedores y emprendedoras lleva a concluir que su abordaje es insuficiente para superar las brechas de género. Las mujeres enfrentan barreras muy particulares, adicionales a las variables genéricas listadas (Wu *et al.*, 2019; Maxfield *et al.*, 2010; Coleman & Robb, 2009; Powers & Magnoni, 2010). No solo ello, sino que las mujeres contribuyen de manera diferente al desarrollo que se produce como resultado del emprendimiento.

La necesidad de una mirada de género en la promoción de la actividad emprendedora se fundamenta principalmente en dos pilares: (1) su impacto económico –se estima que existe una pérdida del 9,4% del PIB per cápita en Latinoamérica por la baja productividad agregada a causa de la brecha de género en las empresas (Cuberes & Teignier, 2017)– y (2) su urgencia ética –el 27% de las mujeres latinoamericanas sienten haber sido discriminadas por su género al hacer negocios, mientras que solo el 4% de los hombres perciben este tipo de barrera (Ilie *et al.*, 2018).

Sin embargo, además de esas dos vertientes argumentativas a favor de programas de emprendimiento con enfoque de género, son observables una serie de potenciales impactos positivos no financieros (aunque sus efectos también pueden reflejarse en las finanzas), como la propensión de las mujeres a comportamientos socialmente responsables, la cual, de ser incorporada en los programas de promoción al emprendimiento, podría generar un círculo virtuoso especialmente atrac-

tivo. Ello en vista de que los comportamientos socialmente responsables incluyen entre sus dimensiones el respeto de los derechos y beneficios laborales, el empleo seguro y de calidad, prácticas de buena gobernanza y procesos productivos que velen por el ambiente y los consumidores (ISO, 2010); tales comportamientos se hallan ausentes de la gestión de la mayoría de las micro- y pequeñas empresas peruanas.

En un contexto como el peruano, altamente informal y habituado a prácticas asociadas con la corrupción –el 99% de los empresarios consideran que las empresas peruanas incurren en prácticas de soborno (Schwalb & Prialé, 2019)–, el argumento relacionado con los impactos no financieros derivados del estilo de gestión que imprimen las mujeres empresarias a sus negocios cobra fuerza y sentido. Por ejemplo, parecería ser que las mujeres, a pesar de emprender en mayor proporción que los hombres por necesidad y ser las más afectadas por el empleo informal (75,1% *versus* 69,5% de los hombres) (INEI, 2017, p. 109), son más propensas a la formalización de estos –el 57% de las unidades productivas en el sector informal son conducidas por hombres, mientras que el 43% de estas son conducidas por mujeres (INEI, 2018b). En esa misma línea, existe evidencia para suponer que, en general, las mujeres propietarias de empresas son menos propensas a incurrir en prácticas corruptas. En el caso peruano, de acuerdo con la World Bank Enterprise Survey (2017), las mujeres que dirigen empresas señalan, en mayor medida que sus pares hombres, que no recurrirán a prácticas de soborno para acceder a contratos o servicios.

Si las mujeres suelen construir empresas más responsables, una propuesta inicial al gestor de políticas y programas públicos es que, en el diseño y ejecución de los programas de promoción del emprendimiento, se introduzcan tanto acciones específicas para premiar la responsabilidad social en las empresas de mujeres, como componentes que aborden las barreras de género. Todo ello considerando que la mayoría de los negocios que lideran mujeres son de escala reducida –micro- y pequeña empresa (Ministerio de la Producción, 2017)–; operan en sectores menos intensivos de capital, como el sector de servicios (el 61,1% de las empresas de servicios son propiedad de mujeres) y el comercial (el 58,5% de las empresas comerciales son propiedad de mujeres) (INEI, 2019b); y mantienen una baja intensidad de capital, hecho que sería el factor más relevante al determinar su baja productividad respecto a las empresas de propiedad de hombres (OCDE, 2012).

Contextualizada la problemática, vale la pena preguntarse si la hipótesis de que el emprendimiento de mujeres genera impactos no financieros positivos,

producto de la adopción de prácticas responsables, tiene un soporte académico que la respalde. De ser así, una segunda pregunta por responder es si los programas públicos de promoción al emprendimiento activos en el país incorporan en su formulación acciones específicas vinculadas con prácticas de responsabilidad social y acciones orientadas a suprimir las barreras que enfrentan las mujeres en la consolidación de sus negocios. Ambas interrogantes serán atendidas en este ensayo.

3. Revisión de literatura

3.1 Relación entre la presencia de mujeres en las empresas y las prácticas responsables

Si bien, a nivel académico, no existe una única definición de responsabilidad social empresarial (RSE) (Carroll, 1999; Moon & Vogel, 2008), la «Guía de Responsabilidad Social – Guidance on Social Responsibility – ISO 26000» avanza, desde la práctica, en la integración de las teorías instrumentales, integrativas, políticas y éticas que Garriga y Melé (2004) proponen para clasificar la variedad de definiciones de RSE presentes en la literatura académica. Así, la ISO 26000 entiende a la responsabilidad social como «la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades [incluye productos, servicios y procesos] ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones» (ISO, 2010, p. 16).

Esta forma de entender la RSE implica su extensión a todos los ámbitos de la gestión empresarial, más allá de las acciones filantrópicas (Argandoña & Isea Silva, 2011). La RSE incluye el reconocimiento de que, con sus operaciones, las empresas afectan de manera directa e indirecta a sus colaboradores, a sus proveedores, la calidad del ambiente, el bienestar de sus consumidores y el de las comunidades en las que opera, así como la competitividad de los mercados (ISO, 2010). Es decir, una empresa comprometida con una gestión socialmente responsable reconoce los imperativos económicos de éxito empresarial y, al mismo tiempo, aborda las externalidades sociales y ambientales que provocan en sus operaciones (Grosser & Moon, 2005, p. 328).

En lo que concierne al impacto no financiero de la dirección de mujeres, autores como Landry *et al.* (2016), Martínez, Rubio y Fernández (2019), Nicolás & Rubio (2016) y Alonso-Almeida *et al.* (2017) reportan que, a mayor proporción de mujeres en el directorio, mayor comunicación participativa entre los miembros y mayores niveles de donación caritativa y de promoción de ambientes laborales favorables (Bernardi, Bosco, & Vassil, 2006; Bear, Rahman, & Post, 2010; Hechavarría *et al.*, 2012). En esa misma línea, otros autores comprueban que, también a nivel ejecutivo, la presencia de mujeres afecta de manera positiva el desempeño social de la compañía, incluido el desarrollo de un número más alto de acciones de responsabilidad social (Bernardi & Threadgill, 2010; Colares *et al.*, 2018; Furlotti *et al.*, 2019; Galbreath, 2011; Hyun *et al.*, 2016; Larrieta-Rubín de Celis *et al.*, 2015; Rodríguez *et al.*, 2017).

Adicionalmente, aunque no sin polémica (Adams & Ferreira, 2009; Ahern & Dittmar, 2012; Bøhren & Strøm, 2010; Lau & Murnighan, 1998; Rose, 2007), se señala que, cuando las mujeres son propietarias del emprendimiento, se tiene una probabilidad tres veces mayor que el promedio de obtener una certificación como empresa preocupada por su impacto social y ambiental (Grimes, Gehman, & Cao, 2017). De hecho, un estudio reciente centrado en el caso latinoamericano, realizado por Dávalos *et al.* (2019), concluye con evidencia empírica que la propiedad femenina de una empresa no solo se relaciona con, sino que es causa de, un comportamiento socialmente responsable. Por último, frente a decisiones de inversión, las mujeres solicitan, en mayor medida que los hombres, información sobre el desempeño social de la compañía (Nath, Holder-Webb, & Cohen, 2013), es decir, tienen una actitud más positiva hacia la inversión socialmente responsable que sus pares hombres (Rossi *et al.*, 2019).

Con relación a los factores explicativos de la relación positiva entre liderazgo de mujeres y responsabilidad social, se indica que la convicción ética, la fuerte orientación moral y la preocupación por mantener una buena reputación empresarial serían mayores en las mujeres que en sus pares hombres (Hyun *et al.*, 2016). Asimismo, la tendencia de las mujeres a ejercer relaciones interpersonales más participativas y democráticas durante la toma de decisiones (Bernardi *et al.*, 2006) —explicada en su tendencia hacia la empatía y altruismo (Konrad, Kramer, & Erkut, 2008) y un comportamiento orientado al soporte a largo plazo (Eagly & Crowley, 1986)— sería otra de las causas del comportamiento empresarial más socialmente responsable de las mujeres. Una última explicación al desempeño destacado de las mujeres a nivel de implementación y efectividad en el desarrollo de prácticas responsables (Bear *et al.*, 2010) es el despliegue de un estilo de lide-

razgo transformacional que reconoce a las organizaciones como parte de un sistema integrado, y, por ello, para ellas, generar retornos a miembros de la sociedad distintos de sus propietarios es visto como una obligación (Alonso-Almeida *et al.*, 2017) que las conduce a desplegar esfuerzos para conocer las necesidades de todos sus *stakeholders* (Alonso-Almeida *et al.*, 2017; Ben-Amar, Chang y McIlkenny, 2017; Galbreath, 2011).

3.2 Mujeres y dos ámbitos de la conducta responsable: corrupción e informalidad

La mayor tendencia de las mujeres al altruismo y hacia el bien común reportada por diversos autores (Rivas, 2013, p. 10; Breen *et al.*, 2017, p. 1490) son la base de trabajos que señalan asociaciones significativas entre mujeres y bajos índices de corrupción en distintos contextos sociales (Breen *et al.*, 2017, p. 1486). Al respecto, Dollar, Fisman y Gatti (2001, p. 427) encontraron que la participación política de mujeres se relacionaba inversamente con la corrupción. En paralelo, Swamy *et al.* (2001, p. 40) hallaron un porcentaje significativamente mayor de mujeres que de hombres que creían que la conducta ilegal o deshonesto es injustificable. Además, Breen *et al.* (2017, p. 1492) observaron que las mujeres propietarias de empresas se relacionan significativamente con una menor cantidad de sobornos y son menos propensas a recibirlos. Incluso, un estudio experimental de Rivas (2013, p. 35) encontró que las mujeres que asumieron el papel de empresaria y de funcionaria pública eran menos propensas a escoger sobornar o aceptar coimas que sus pares masculinos, y que, cuando las participantes sobornaban, lo hacían ofreciendo una menor cantidad que los varones. En tal sentido, existen razones para suponer que las mujeres tienden a ser menos tolerantes a prácticas de soborno que los hombres, no solo en contextos relacionados con el sector público, sino también con el privado.

Con respecto a la relación entre la informalidad y género, son pocos los estudios académicos que exploran las razones por las cuales un empresario/a informal pasa a la formalidad (Amin, 2011, p. 3). En un contexto distinto al peruano, Babbitt, Brown y Mazaheri (2015, p. 170) encontraron, en su estudio realizado en Indonesia, que, a mayor edad (a partir de los 43), las mujeres presentaban más probabilidades de buscar la formalización de sus negocios que los varones y que, además, preferirían, con mayor frecuencia que los varones, formalizar sus empresas recién formadas (7,4 meses de operación en promedio) (Babbitt *et al.*, 2015, p. 170). Otros investigadores hallaron que las mujeres que viven en zonas urbanas son menos propensas a formalizarse que los hombres, mientras que las mujeres

que viven en zonas rurales sí buscan la formalidad de sus negocios más que sus pares hombres, sobre todo por el acceso al crédito (Babbitt *et al.*, 2015, p. 169). Finalmente, entre los principales obstáculos para la formalización de los negocios de mujeres en el Perú se encontrarían en el embarazo, la tenencia de hijos y la violencia y los estereotipos de género (Defensoría del Pueblo, 2019, p. 39). En suma, aunque los estudios locales sobre género y formalización de los emprendimientos son escasos, parece ser que la informalidad de las mujeres emprendedoras se asocia a la motivación que las ha llevado a crearlos, así como a la dificultad de conciliar la conducción de un negocio formal con los roles femeninos estereotípicos y, finalmente, con el nivel de aversión al riesgo mayor en las mujeres que en los hombres; esta última característica las conduciría a buscar minimizar la posibilidad de ser penalizadas (financiera o reputacionalmente).

3.3 Barreras específicas que enfrentan las mujeres emprendedoras

El predominio masculino en el emprendimiento (Wu *et al.*, 2019, p. 905) ha llevado a los estudiosos a investigar las razones que lo explican. Producto de esos trabajos, se han identificado barreras que dificultan la igualdad y equidad de género en el emprendimiento y que frenan especialmente la consolidación de los negocios de mujeres.

Una primera barrera está enraizada en los rasgos personales de la emprendedora y se plasma en la variable confianza en sí mismas. Estudios como los de Kirkwood (2009a, pp. 123-127) y Amatucci y Crawley (2011, p. 34) encuentran que las mujeres que emprenden creen que no lograrán el éxito si no se asocian con otros, y no se reconocen a sí mismas como emprendedoras. A ello se suma su percepción de incapacidad para el manejo la economía y las finanzas, aspecto en el que los varones emprendedores muestran sobreconfianza. La emprendedora no confía en sí misma, pues percibe el emprendimiento como un fenómeno masculino (Kirkwood, 2009b, p. 347), para el que «ellos» se encuentran mejor preparados por su inclinación profesional a lo cuantitativo (Amatucci & Crawley, 2011).

Una segunda barrera que dificulta llegar a la igualdad y equidad de género en el emprendimiento se relaciona con la motivación para emprender. Un elemento que debe ser analizado en el marco de esta barrera es la mayor aversión al riesgo de las mujeres, que, de acuerdo con algunos autores, estaría asociada al estereotipo que adjudica a los hombres mayor agresividad (Wu *et al.*, 2019, p. 912), así como al temor que experimentan las mujeres a contravenir las normas sociales. Ambas creencias las inhibirían de tomar riesgos (Maxfield *et al.*, 2010, p. 594) y las desmotivarían a emprender o a escalar sus proyectos emprendedores. Ante

ello, Brindley (2005, p. 154) señala que las emprendedoras suelen incorporar a una persona de su entorno al negocio o emprenden en rubros que les son familiares, minimizando así su exposición al riesgo, pero restringiendo también sus actividades a sectores comerciales de bajo crecimiento. Un segundo elemento que se debe tomar en cuenta en el análisis de la barrera motivación para emprender es la maternidad. La literatura sobre el tema muestra resultados mixtos: las madres emprenden buscando flexibilidad y poder cubrir las necesidades emocionales de sus hijos al estar cerca de ellos, pero, al mismo tiempo, ambos deseos las incentivan a limitar el crecimiento de sus negocios para no perder el control del tiempo dedicado a la familia, de modo que el intento por balancear vida y trabajo se relaciona negativamente con la supervivencia del emprendimiento (Duberley & Carrigan, 2013, p. 638; Kirkwood, 2009b, p. 356; Rey-Martí, Tur, & Mas, 2015, p. 813). Una última variable relacionada con las motivaciones de las mujeres para emprender es la búsqueda de sentido de poder sobre su destino, pues, para no perder el control de los distintos ámbitos de su vida, la mujer prefiere mantener sus empresas pequeñas y manejables (Coleman & Robb, 2009, p. 399).

Una tercera barrera al emprendimiento de mujeres identificada por la literatura es el acceso al crédito. Las mujeres no solicitan financiamiento o solicitan pequeños montos de capital, hecho que las convierte en clientes menos atractivos para las instituciones financieras tradicionales, que, además, consideran los préstamos que otorgan a mujeres más riesgosos por el limitado crecimiento que suelen presentar sus empresas (Coleman, 2000, pp. 39-40; Coleman & Robb, 2009, p. 399). Las mujeres latinoamericanas enfrentan más dificultades en el acceso a los productos y servicios financieros adaptados a sus necesidades (Powers & Magnoni, 2010), y si bien las microfinanzas han aportado a la superación de esa barrera, los productos que les ofrecen están orientados al corto plazo y no al acceso de capital de inversión de largo plazo, fundamental para la expansión y el crecimiento de las empresas. Incluso el acceso al financiamiento se encuentra afectado por el rol de cuidadora que se asigna la mujer en la familia peruana, pues en el país existe un grupo de mujeres que, si bien aprovecha la oferta de recursos que les otorgan las instituciones de microfinanzas, son agentes pasivos en cuanto a la distribución de roles en el hogar (López Valladares, 2018), y su poder de decisión es limitado en cuanto al destino del capital recibido.

Finalmente, ya que el emprendimiento es parte de una compleja red de relaciones sociales (Lerner, Brush, & Hisrich, 1997, p. 323) en la que el capital social resulta clave (Wu *et al.*, 2019, p. 912) y relevante para la ejecución de estrategias de *bootstrapping* (estrategias para obtener recursos) (Jayawarna, Jones,

& Marlowe, 2015, p. 317; Klyver & Grant, 2010, p. 213), las diferencias entre hombres y mujeres en la creación y gestión de las redes sociales se convierten en la cuarta barrera para la consolidación de los emprendimientos encabezados por mujeres.

Se ha encontrado que las mujeres son más susceptibles de exclusión de redes sociales formales, por su tendencia a agruparse solo entre ellas o en círculos de parientes cercanos, hecho que limita el *networking* con emprendedores varones que podrían convertirse en modelos por seguir (Lerner *et al.*, 1997, p. 336) y que refuerza valoraciones negativas vinculadas a la feminidad (Wu *et al.*, 2019, p. 912; Jayawarna *et al.*, 2015, pp. 316-320; Klyver & Grant, 2010, p. 220). No obstante, la afiliación a una sola red con un fuerte lazo de lealtad y apoyo moral también podría mejorar la rentabilidad del negocio (Lerner *et al.*, 1997).

4. Análisis de los programas de emprendimiento que incluyen como beneficiarias específicas a las mujeres

En nuestro país, los planes sectoriales y multisectoriales, que se despliegan a través de las políticas públicas, definen un marco para el desarrollo de programas de promoción y fortalecimiento del emprendimiento. Algunos de estos programas están orientados de manera específica al emprendimiento de mujeres.

Son dos las políticas que se han considerado como relevantes para este trabajo. La primera es la Política Nacional de Equidad de Género, de la cual se desprende el Plan Estratégico Multisectorial de Igualdad de Género, aprobado a inicio del presente año. Dicho plan incluye los siguientes tres servicios relacionados con el emprendimiento de mujeres: (1) capacitación y asistencia técnica en gestión empresarial, productividad con innovación tecnológica, y para la internacionalización de las empresas dirigidas a las mujeres; los responsables de su ejecución son el Ministerio de Agricultura y Riego, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y el Ministerio de la Producción; (2) financiamiento para mujeres que lideran emprendimientos y empresas de manera sostenible y efectiva, servicio bajo la responsabilidad del Ministerio de la Producción y del Ministerio de Agricultura y Riego; y (3) asistencia técnica para la incorporación del enfoque de género en el desarrollo de programas de formación e investigación y/o responsabilidad social empresarial, a cargo del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

Una segunda política, que no menciona explícitamente el emprendimiento de mujeres pero que, por su naturaleza transversal, debe sumarse al análisis, es la Política Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP). Esta incluye entre sus objetivos la generación y mejora de los mecanismos para el tránsito hacia la

formalidad y la generación de condiciones para desarrollar un ambiente de negocios productivos, así como la promoción de la sostenibilidad ambiental en la operación de actividades económicas. La PNCP es la base para la elaboración del Plan Estratégico Multianual (2017-2021) del Ministerio de la Producción, que señala como uno de sus componentes a la promoción del desarrollo empresarial y que precisa siete variables estratégicas, una de las cuales hace mención específica al uso responsable y sostenible de los recursos naturales en las actividades económicas, relacionándose de ese modo con el emprendimiento responsable.

4.1 Programas de promoción del emprendimiento

A partir del seguimiento a la operacionalización de la Política Nacional de Equidad de Género y de la Política Nacional de Competitividad, se identificaron tres programas públicos de promoción del emprendimiento de alcance nacional y diseñados para las emprendedoras. En la tabla 1, se muestran dichos programas, la unidad responsable de su ejecución, su fecha de inicio, las acciones incluidas a favor del emprendimiento responsable y del emprendimiento de mujeres, así como algunos indicadores que evidencian su alcance hasta la fecha.

Los programas de promoción del emprendimiento dirigidos a emprendedoras son de muy reciente operación (menos de cinco años) y subsidiarios de programas de promoción del emprendimiento en general. Su alcance a la fecha es muy reducido, y se pueden considerar experiencias iniciales aún de pequeña escala y, por ello, fuentes de identificación de oportunidades para escalar el impacto. Dos de los tres programas seleccionados tienen entre los responsables de su implantación al Ministerio de la Producción. No se identificaron programas impulsados por el Ministerio de Agricultura y Riego, aunque, de acuerdo con lo señalado por el Plan Estratégico Multisectorial de Igualdad de Género, ese ministerio tiene competencia en la materia.

En general, se observa que en dos de los tres programas de emprendimiento confluyen acciones para la promoción de la responsabilidad social y la ejecución de servicios específicamente diseñados para mujeres. No obstante, solo en el Programa Mujeres Líderes Exportadoras «Ella Exporta» es explícito el abordaje de la responsabilidad social empresarial. El Programa Mujer Produce, si bien también aborda ambos aspectos, se conecta indirectamente con la responsabilidad social a través del ámbito de la formalización. Por último, el programa de concursos Mujer, Emprende e Innova, del Programa Innovate Perú, está focalizado en ofrecer beneficios *ad hoc* para la mujer emprendedora, pero no considera explícitamente ningún componente que se conecte con la RSE.

Tabla 1
Programas de promoción del emprendimiento dirigidos a emprendedoras

Nombre del programa	Entidad que lo lidera	Objetivos	Vigencia	Acciones incluidas a favor del emprendimiento responsable	Acciones incluidas a favor del emprendimiento de mujeres	Alcance
Programa Mujer Produce del Programa Nacional Tu Empresa (DS 012-2017-Produce, 2017; y RM 102-2018-Produce).	Ministerio de la Producción, y Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables	Contribuir a la autonomía y empoderamiento económico de las mujeres que lideran las mipymes.	2018-actualidad	<ul style="list-style-type: none"> Servicios empresariales: diagnóstico, capacitación, acompañamiento para la formalización. 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de productos a través de ferias. Capacitación en desarrollo de nuevos productos, mejora de procesos productivos y digitalización de negocios. 	No se cuenta con datos específicos del Programa Pro Mujer; sus actividades se iniciaron en junio de 2019.
Programa Mujeres Líderes Exportadoras «Ella Exporta» (del Plan Operativo de PromPerú, 2018)	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – PromPerú	Promover el desarrollo empresarial de la mujer exportadora peruana, fortaleciendo sus habilidades y desarrollando sus cualidades empresariales.	2018-actualidad	<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones en RSE. Organización del concurso «Mi Empresa Challenge», que entrega capital semilla a las mejores propuestas de negocio que contemplan acciones de responsabilidad social. 	<ul style="list-style-type: none"> Coaching exportador: Desarrollo de planes de negocio para una empresa de exportación (Planex Canvas). Asistencia técnica en costos logísticos de exportación y fortalecimiento financiero. 	87 empresas beneficiadas con el programa en las regiones de Lima, Cusco, Arequipa y Huancayo hasta 2019.

Programa Concursos Mujer, Emprende e Innova del Programa Innovate Perú (DS 003-2014-Produce)	Ministerio de la Producción	Empoderar a la mujer en el liderazgo de empresas y emprendimientos en el país.	2019-actualidad	No se incluyen	<ul style="list-style-type: none"> • Cofinanciamiento con recursos no reembolsables de proyectos de innovación y emprendimiento por ser empleados en desarrollo de prototipos, validación técnica, comercial y/o de empaquetamiento de prototipos, pasantías tecnológicas, validación de modelos de negocio. 	Inversión total de aproximadamente S/ 1.209.000.
---	--------------------------------	---	-----------------	----------------	---	--

Elaboración propia.

4.2 Programas de promoción de la responsabilidad social empresarial

Adicionalmente a la revisión de los programas de fomento del emprendimiento, se mapearon las dos únicas iniciativas públicas que abordan de manera explícita la promoción de las prácticas de responsabilidad social en las empresas: el Programa Perú Responsable del Ministerio de Trabajo⁴ (DS 015-2011-TR) y el Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del Plan Operativo 2018 de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Prom-Perú). En el caso del Programa Perú Responsable, la RSE es vista como fórmula de promoción de empleo decente, mientras que en el programa gestionado por PromPerú la RSE se vincula con la obtención de certificaciones y el cuidado de la sostenibilidad de las cadenas de abastecimiento de las empresas, imperativo para alcanzar mercados internacionales. En la tabla 2, se presentan ambos programas, sus objetivos y acciones dirigidas tanto a emprendedores en etapas iniciales de formación de sus negocios, como, si las tuvieran, las actividades focalizadas para el emprendimiento de mujeres.

Tabla 2
Programas de RSE: Identificación de acciones dirigidas a emprendedores

Programa	Objetivo	Acciones dirigidas a emprendedores en general	Acciones focalizadas en emprendimiento de mujeres
Programa Perú Responsable (creado: DS 015-2011-TR; extinto: DS 004-2020-TR)	Promover la RSE generadora de empleo decente, así como extender la certificación de empresas con responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> Eje de emprendimiento: promueve la generación de oportunidades de autoempleo o iniciativas de emprendimiento productivo y formal a través de programas/proyectos de RSE en capacitación para el emprendimiento. 	No se incluyen

⁴ Este programa fue extinguido en enero de 2020 a través del DS 004-2020-TR.

Programa de Responsabilidad Social Empresarial (del Plan Operativo de PromPerú)	Promover la incorporación del uso de herramientas y prácticas para la implementación de RSE en las empresas exportadoras del país.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en el manejo de herramientas y técnicas para implementar la responsabilidad social empresarial, la importancia de las tendencias de las exportaciones en el contexto de la RSE y el desarrollo de planes de acción de RSE y códigos de conducta. • Asesoría en la elaboración de su propio plan estratégico de comunicación en acciones de RSE. 	No se incluyen
---	--	---	----------------

Elaboración propia.

De la lectura de los programas de promoción de la RSE se concluye que, si bien integran su trabajo al emprendimiento, en ninguno de los dos casos se trata diferenciadamente el emprendimiento de mujeres. En el caso del Programa Perú Responsable, el abordaje del emprendimiento es tangencial. Así, plantea la promoción de oportunidades de autoempleo y/o emprendimiento productivo y formal a través de proyectos de RSE dirigidos a capacitar para el emprendimiento, pero no ofrece formación en RSE a las empresas que inician operaciones (emprendimiento temprano). En el caso del Programa de Responsabilidad Social Empresarial, parte del Plan Operativo de PromPerú, sí se incluyen acciones específicas de promoción de responsabilidad social en las empresas exportadoras, fundamentalmente de capacitación y asesoría.

El análisis conjunto de las tablas 1 y 2 visibiliza falta de integración entre los programas de impulso a la RSE y los programas de promoción del emprendimiento que benefician a mujeres. Si bien algo se ha avanzado en la incorporación de la temática de la RSE en los programas de emprendimiento de mujeres, no ocurre lo mismo en los programas de RSE, ya que no se señalan acciones a favor del emprendimiento diseñadas especialmente para las emprendedoras.

4.3 Abordaje de las barreras a la consolidación de las empresas de mujeres

Una vez identificadas las acciones de cada uno de los programas, se analizó la naturaleza de sus actividades, evaluando si abordan las barreras genéricas para la consolidación de las empresas (comunes a emprendedores y emprendedoras) y las barreras específicas que, según los estudios, enfrentan las emprendedoras por

su condición de mujeres. La mirada se centró en tres tipos de barreras genéricas (comportamiento personal y preparación del emprendedor, debilidades del ecosistema y condiciones de operación) y cuatro barreras específicas (autoconfianza, motivación, *networking* y acceso al crédito). La tabla 3 resume las conclusiones del análisis de las barreras específicas.

Tabla 3

Abordaje de las barreras al emprendimiento de mujeres en los programas de promoción del emprendimiento

Programa	Autoconfianza	Motivación	<i>Networking</i>	Acceso al crédito
Programa Mujeres Líderes Exportadoras «Ella Exporta»	Sí	No	No	Sí
Programa de concursos Mujer, Emprende e Innova, del Programa Innóvate Perú	No	No	No	Sí
Programa Mujer Produce, del Programa Nacional Tu empresa	No	No	Sí	No

Elaboración propia.

Se encontró que la mayoría de las acciones que componen los programas se concentran en la dimensión de comportamiento personal y preparación del emprendedor, fundamentalmente en el desarrollo de programas formativos para la adquisición de destrezas gerenciales, incluida la asesoría para la formalización. Estas formaciones, sin embargo, no integran componentes específicos para superar las barreras de autoconfianza y motivación que resultan cruciales para el desarrollo del emprendimiento de mujeres. Una excepción se presenta en el caso del programa Mujeres Líderes Exportadoras «Ella Exporta», que propone un acompañamiento técnico a la emprendedora; dicho acompañamiento podría afectar de manera positiva en la gestión de la confianza en sí mismas.

Acerca de las condiciones del ecosistema, dos de los tres programas revisados contemplan la variable de acceso a recursos financieros. Ello implica la aceptación de que, si bien emprendedores y emprendedoras son afectados por ese componente, su impacto es mayor en las mujeres empresarias y, en consecuencia, este tipo de acciones es fundamental en los programas dirigidos a mujeres. En ese

sentido, el programa Mujeres Líderes Exportadoras «Ella Exporta» es interesante, pues vincula el acceso a capital semilla con la adopción de prácticas responsables, ofreciendo señales claras sobre el perfil de emprendimiento que se pretende potenciar. Por su parte, la oferta de fondos concursables no reembolsables del programa Mujer Emprende e Innova del Programa Innóvate Perú, podría de manera indirecta promover prácticas responsables, pues la innovación tiene que ver, entre otras cosas, con repensar procesos, actividad necesaria para controlar impactos negativos y potenciar los positivos del negocio, llamado básico de la responsabilidad social.

Por último, las variables vinculadas con la barrera genérica de condiciones de operación, y, en concreto, la barrera específica de *networking* que enfrentan las mujeres empresarias, solo se abordaban parcialmente en las actividades del Programa Mujer Produce, a través de la organización de ferias para presentar los productos ofertados por los emprendimientos. Con esas acciones, se buscaría contribuir a la mejora de las condiciones de operación de la empresa al facilitar la exposición de los negocios. Sin embargo, de acuerdo con lo señalado por la literatura, este abordaje de eventos exclusivos para mujeres podría tener algunos impactos negativos.

Se concluye que los programas de emprendimiento revisados han incorporado, cada uno con distinta profundidad, los lineamientos para el fortalecimiento del emprendimiento en general, pero que el abordaje de las barreras que la literatura señala como específicas para las mujeres aún se encuentra en un estadio inicial.

El acceso al financiamiento es la barrera más trabajada, a través de la oferta de cofinanciamiento o capital semilla. Los asuntos vinculados con barreras como la autoconfianza o la motivación, que tienen un fuerte arraigo en estereotipos y segregación profesional, apenas si son abordados. Esto último también ocurre con la generación de redes, que es trabajada marginalmente por solo uno de los programas. Se aprecia, además, escasa articulación entre los pocos programas públicos de promoción de la RSE y los programas de emprendimiento de mujeres.

Finalmente, observamos, en la reciente creación de programas focalizados en las emprendedoras, una oportunidad para, con el alineamiento entre las necesidades específicas de las mujeres, las acciones de los programas y la promoción de la responsabilidad social, ampliar el impacto del uso de los recursos públicos destinados a la promoción empresarial.

5. Esbozo de lineamientos para el fortalecimiento de los programas de impulso al emprendimiento de mujeres

Se presentan a continuación cinco lineamientos o recomendaciones para el formulador de programas de fortalecimiento del emprendimiento. Estos se proponen tomando como punto de partida lo avanzado en el país, y con la intención de que se conviertan en un insumo más de mejora, con miras a superar los retos que enfrentaremos en torno al Bicentenario de la Nación.

Lineamiento 1: Sobre el tratamiento de la barrera de autoconfianza y motivación

Necesidad de un abordaje explícito de autoconfianza y motivación como parte de las acciones formativas de los programas. En paralelo al trabajo en el fortalecimiento de destrezas gerenciales, se recomienda la introducción de la mentoría personal centrada en aspectos socioemocionales de la emprendedora. Ello permitiría entender las motivaciones detrás del emprendimiento para, a partir de esa base, combatir los estereotipos que podrían derivar en prejuicios de género limitantes del desarrollo de la mujer emprendedora.

De otro lado, ya que gran parte de las mujeres inicia sus emprendimientos pensando en el bienestar familiar, introducir medidas de apoyo al balance trabajo-familia es un factor central. La oferta a hombres y mujeres de espacios de trabajo compartidos que incluyan servicios de cuidado de bebés y niños/as (cocrianza, no guardería) puede ser interesante. Se libera tiempo de la emprendedora madre, que puede ser destinado a hacer crecer el negocio, y, al mismo tiempo, se le da la opción de tener conexión con sus hijos fuera del entorno doméstico. Experiencias como la de la empresa La Semilla, Comunidad, Coworking & Cocrianza pueden servir como *benchmark*.

Lineamiento 2: Sobre el tratamiento del acceso al financiamiento

Es importante trabajar en el desarrollo de productos financieros para los emprendimientos de mujeres que hayan superado los estadios iniciales del negocio, en simultáneo con dar continuidad a los diseñados para apoyar a las emprendedoras en fases iniciales (concursos o capital semilla).

Aquellas emprendedoras que buscan escalar sus proyectos requieren la facilitación al acceso a fondos de inversionistas ángeles y/o con fondos de garantía que pueden desarrollarse para tal fin. A las acciones de *coaching* que se están implementando desde algunos programas podrían sumarse *coaching* específico para

el acceso al financiamiento. Otra línea de trabajo con relación al financiamiento puede materializarse a través de las microfinancieras, que puedan identificar y derivar a los programas públicos a aquellas clientas listas para escalar sus proyectos.

Por último, vincular el acceso a recursos financieros a la implementación de iniciativas de responsabilidad social en materias como prácticas laborales, gobernanza, asuntos de consumidores, prácticas justas de operación y medio ambiente resulta una posibilidad atractiva.

Lineamiento 3: Sobre la barrera del acceso a redes

Pensar y crear espacios de encuentro entre y para mujeres, pero también espacios que las acerquen a redes de emprendedores exitosos que compartan experiencias. Las mujeres construyen lazos de forma distinta que los hombres; por ello, la relación entre mujeres como red de soporte debe cultivarse como espacios para abordar con libertad temas como la violencia de género o la tutela masculina. No obstante, también es importante ofrecer espacios para las emprendedoras en foros empresariales, tradicionalmente masculinos, y fomentar que ellas se expongan a experiencias exitosas de emprendimiento no solo de mujeres sino también de hombres.

Además de la provisión de estos espacios/momentos de contacto comercial y de compartir experiencias, preocupaciones y soluciones, es deseable potenciar la participación de las mujeres en redes que les faciliten el acceso a la tecnología y el uso de laboratorios.

Lineamiento 4: Sobre la articulación e integración de los programas de responsabilidad social y de emprendimiento focalizados en mujeres

Se identifica una oportunidad para integrar los programas de fomento al emprendimiento de mujeres con iniciativas de promoción a la responsabilidad social, en especial algunas privadas. Una metodología probada, diseñada para pymes y que podría ser tomada como *benchmark* es el Programa Negocios Competitivos de la Global Reporting Initiative (GRI). Se propone que la responsabilidad social sea trabajada no solo a través de formación, como se viene haciendo mediante el Programa Mujeres Líderes Exportadoras «Ella Exporta», sino también en el acompañamiento para la adopción de estas prácticas y, en el caso de las empresas de mujeres más consolidadas, en la obtención de certificaciones. En esa línea, además de la GRI, también resulta atractiva la Asociación de Buenos Empleadores (ABE), institución de la Cámara de Comercio Americana del Perú, que fomenta

y certifica la responsabilidad social laboral. Un aspecto importante de la gestión responsable, más allá de las prácticas laborales y la formalización, por su incidencia en la consolidación de las empresas, es la gobernanza.

Lineamiento 5: Sobre las alianzas

Un abordaje exitoso de las barreras que enfrenta la mujer emprendedora peruana requiere una mirada de sistema en la que se articule el trabajo de los distintos ministerios, los Gobiernos regionales y los Gobiernos locales. En el caso de las intervenciones para mujeres emprendedoras, el aporte de los técnicos especialistas en género del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables puede enriquecer las intervenciones. También es central la coordinación con el Ministerio de Agricultura y Riego, pues muchas emprendedoras, en especial en provincias, trabajan en esta actividad.

No obstante, no solo la articulación con el sector público es necesaria, sino que resultaría atractivo contar con un espacio de validación de programas en los que la voz y el aporte de distintos actores sociales sean atendidos: entidades de formación, incubadoras, entidades de microfinanzas, empresas con iniciativas de responsabilidad social dirigidas a mujeres, organizaciones sin fines de lucro, organizaciones multilaterales, entre otros. Finalmente, la creación de un sistema de información integrado de los recursos disponibles para las mujeres emprendedoras puede agregar valor.

Para finalizar, es preciso señalar algunas limitaciones en la formulación de las propuestas. La primera es que se plantean sin haber revisado las especificidades de diseño de las actividades de cada uno de los programas vigentes; afinar estas recomendaciones requeriría de un estudio más minucioso de los programas y las características específicas de sus componentes. La segunda limitación es la carencia de estudios específicos sobre el comportamiento de la mujer emprendedora peruana con relación a la responsabilidad social, sobre todo con relación a los componentes de informalidad y corrupción, especialmente relevantes en nuestro contexto; dichos estudios podrían dar luces a la construcción de intervenciones más sólidas con las emprendedoras. Por último, no se han revisado todos los programas ofrecidos por el Estado en todos sus niveles (nacional, regional y local).

Referencias

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(1), 97-107.
- Acs, Z., Audretsch, D., & Lehmann, E. (2013). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 41(4), 757-774.
- Acs, Z., Audretsch, D., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289-300.
- Acuerdo Nacional & Ceplan (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico). (2019). *Visión del Perú al 2050*.
- Acuerdo Nacional. (s. f.). *Acuerdo Nacional*. Recuperado de <http://acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado%E2%80%8B/politicas-de-estado-castellano/>
- Adams, R. B., & Ferreira, D. (2009). Women in the boardroom and their impact on governance and performance. *Journal of Financial Economics*, 94(2), 291-309. doi:10.1016/j.jfineco.2008.10.007
- Ahern, K. R., & Dittmar, A. K. (2012). The changing of the boards: The impact on firm valuation of mandated female board representation. *Quarterly Journal of Economics*, 127(1), 137-197. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1364470>
- Alonso-Almeida, M., Perramon, J., & Bagur-Femenias, L. (2017). Leadership styles and corporate social responsibility management: Analysis from a gender perspective. *Business Ethics: A European Review*, 26(2), 147-161.
- Amatucci, F. M., & Crawley, D. C. (2011). Financial self-efficacy among women entrepreneurs. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(1), 23-37. <https://doi.org/10.1108/17566261111114962>
- América Economía & Esade. (2019). *Esade gender monitor Latam 2019*. Recuperado de <http://brandlab.americaeconomia.com/gender-monitor-latam-2019-sp-1-1/p/1>
- Amin, M. (2011). *Gender and informality in Latin America*. Enterprise Note 26. Washington D. C.: Enterprise Analysis Unit, World Bank Group. Recuperado de <http://documents1.worldbank.org/curated/en/128871468263939583/pdf/651170BRI00PUB0r0enterprise0note026.pdf>
- Amorós, J. E., Borraz, F., & Veiga, L. (2016). Entrepreneurship and socioeconomic indicators in Latin America. *Latin American Research Review*, 51(4), 186-201.
- Argandoña, A., & Isea Silva, R. (2011). *ISO 26000*. Recuperado de <http://repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/25648>
- Arias, A., & Quiroga, R. (2008). Cese de actividades de las pymes en el área metropolitana de Cali (2000-2004): un análisis de supervivencia empresarial. *Cuadernos de Administración*, 21(35), 249-277.
- Avolio, B. (2012). Why women enter into entrepreneurship? An emerging conceptual framework based on the Peruvian case. *JWEE*, (3-4), 43-63.
- Babbitt, L. G., Brown, D., & Mazaheri, N. (2015). Gender, entrepreneurship, and the formal-informal dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163-174.

- Bear, S., Rahman, N., & Post, C. (2010). The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *Journal of Business Ethics, 97*(2), 207-221.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2005). SMEs, growth, and poverty: Cross-country evidence. *Journal of Economic Growth, 10*(3), 199-229.
- Ben-Amar, W., Chang, M., & McIlkenny, P. (2017). Board gender diversity and corporate response to sustainability initiatives: Evidence from the carbon disclosure project. *Journal of Business Ethics, 142*(2), 369-383. doi:10.1007/s10551-015-2759-1
- Bernardi, R. A., & Threadgill, V. H. (2010). Women directors and corporate social responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies, 15*(2), 15-21.
- Bernardi, R. A., Bosco, S. M., & Vassill, K. M. (2006). Does female representation on boards of directors associate with Fortune's «100 Best Companies to Work For» list? *Business & Society, 45*(2), 235-248. <https://doi.org/10.1177/0007650305283332>
- Blowfield, M., & Dolan, C. (2014). Business as a development agent: Evidence of possibility and improbability. *Third World Quarterly, 35*(1), 22-42.
- Bøhren, Ø., & Strøm, R. Ø. (2010). Governance and politics: Regulating independence and diversity in the board room. *Journal of Business Finance & Accounting, 37*(9-10), 1281-1308. doi: 10.1111/j.1468-5957.2010.02222.x
- Breen, M., Gillanders, R., McNulty, G., & Suzuki, A. (2017). Gender and corruption in business. *The Journal of Development Studies, 53*(9), 1486-1501. <https://doi.org/10.1080/00220388.2016.1234036>
- Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 11*(2), 144-161. <http://doi.org/10.1108/13552550510590554>
- Calas, M. B., Smircich, L., & Bourne, K. A. (2009). Extending the boundaries: Reframing «entrepreneurship as social change» through feminist perspectives. *Academy of Management Review, 34*(3), 552-569.
- Campbell, K., & Mínguez-Vera, A. (2008). Gender diversity in the boardroom and firm financial performance. *Journal of Business Ethics, 83*, 435-451. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9630>
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society, 38*(3), 268-295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Ceplan (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico). (2016). *Plan estratégico de desarrollo nacional actualizado: Perú hacia el 2021*. Lima: Ceplan.
- Ceplan (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico). (2018). *Informe nacional voluntario sobre la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Lima: Ceplan.
- Colares, M., Rodrigues, M., De Oliveira, S., & De Freitas, G. (2018). The influence of the characteristics of the national business system in the disclosure of gender-related corporate social responsibility practices. *Administrative Sciences, 8*(2), 2-17. doi:10.3390/admsci8020014
- Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men- and women- owned small businesses. *Journal of Small Business Management, 38*(3), 37-51.

- Coleman, S., & Robb, A. (2009). A comparison of new firm financing by gender: Evidence from the Kauffman Firm Survey data. *Small Business Economics*, 33, 397-411. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9205-7>
- Consejo Nacional de Competitividad y Formalización. (2019). *Política nacional de competitividad y productividad*. Lima: Consejo Nacional de Competitividad y Formalización.
- Cuberes, D., & Teignier, M. (2017). *Gender gaps in entrepreneurship and their macroeconomic effects in Latin America*. Documento de Trabajo IDB-WP-848. BID.
- Cuervo, A. (2005). Individual and environmental determinants of entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 293-311.
- Dávalos, J. E., Prialé, M. Á., Daza, B. N., & Ninahuanca, E. F. (Septiembre de 2019). *Mujeres y emprendimiento responsable, evidencia de las empresas B en Latinoamérica*. En *III Congreso Internacional de Ciencias de la Gestión: oportunidades y desafíos de la gestión en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Congreso organizado por la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- De la O Cordero, D., & Monge-González, R. (2019). Factores que influyen en el desempeño de las pymes: una perspectiva cualitativa de los empresarios costarricenses. *RAN: Revista Academia & Negocios*, 4(2), 95-106.
- Decreto Supremo N.º 003-2015-TR [Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo]. Por la cual se decreta la creación del Programa «Impulsa Perú». Recuperado de http://www.impulsaperu.gob.pe/pdf/transparencia/DS_003_2015_TR.pdf
- Decreto Supremo N.º 012-2017 [Ministerio de la Producción]. Por la cual se decreta la creación del Programa Nacional «Tu Empresa». Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/crean-programa-nacional-tu-empresa-decreto-supremom-012-2017-produce-1558101-3/>
- Decreto Supremo N.º 015-2011-TR [Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo]. Por la cual se decreta la creación del Programa «Perú Responsable». Recuperado de https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/peru_responsable/normativa/DS_015-2011-TR.pdf
- Defensoría del Pueblo. (2019). *Barreras a la igualdad en la economía formal e informal desde la perspectiva de las mujeres*. Lima: Defensoría del Pueblo. Recuperado de <https://www.defensoria.gob.pe/deunavezportodas/wp-content/uploads/2019/11/Barreras-a-la-Igualdad-en-la-Economia-Formal-e-Informal.pdf>
- Diario *Correo*. (8 de marzo de 2009). Lanzan programa «Emprende Mujer 2009». *Correo*. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/peru/lanzan-programa-emprende-mujer-2009-166805/>
- Dollar, D., Fisman, R., & Gatti, R. (2001). Are women really the «fairer» sex? Corruption and women in government. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 46, 423-429. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(01\)00169-x](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(01)00169-x)
- Duberley, J., & Carrigan, M. (2013). The career identities of «mumpreneurs»: Women's experiences of combining enterprise and motherhood. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 31(6), 629-651. <https://doi.org/10.1177/0266242611435182>

- Duffo, E., (2012). Women empowerment and economic development. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1051-1079.
- Eagly, A., & Crowley, M. (1986). Gender and helping behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100(3), 283-308.
- Elborgh-Woytek, K. (2013). *Women, work, and the economy: Macroeconomic gains from gender equity*. Washington D. C.: International Monetary Fund.
- Furlotti, K., Mazza, T., Tibiletti, V., & Triani, S. (2019). Women in top positions on boards of directors: Gender policies disclosed in Italian sustainability reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), 57-70. <https://doi.org/10.1002/csr.1657>
- Galbreath, J. (2011). Are there gender-related influences on corporate sustainability? A study of women on boards of directors. *Journal of Management & Organization*, 17(1), 17-38.
- Galindo, M.-Á., & Méndez, M. (2011). La actividad emprendedora y competitividad: factores que inciden sobre los emprendimientos. *Papeles de Europa*, 22, 61-75.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71. Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Grimes, M., Gehman, J., & Cao, K. (2017). Positively deviant: Identity work through B corporation certification. *Journal of Business Venturing*, 33(2), 130-148.
- Grosser, K., & Moon, J. (2005). Gender mainstreaming and corporate social responsibility: Reporting workplace issues. *Journal of Business Ethics*, 62, 327-340.
- Guerrero, M., & Santamaría-Velasco, C. A. (2019). Ecosistema y actividad emprendedora en México: un análisis exploratorio. *Perfiles Latinoamericanos*, 28(55), 227-251.
- Guillén, M. F. (2013). *Women entrepreneurs: Inspiring stories from emerging economies and developing countries*. Nueva York, NY: Routledge.
- Hechavarría, D. M., Ingram, A., Justo, R., & Terjesen, S. (2012). Are women more likely to pursue social and environmental entrepreneurship? En K. D. Hughes & J. E. Jennings (Eds.), *Global women's entrepreneurship research: Diverse settings, questions and approaches* (pp. 135-151). Cheltenham/Northampton: Edward Elgar.
- Hossain, M., Bose, M., & Ahmad, A. (2004). *Nature and impact of women's participation in economic activities in rural Bangladesh: Insights from household surveys*. Lund: Lund University.
- Hyun, E., Yang, D., Jung, H., & Hong, K. (2016). Women on boards and corporate social responsibility. *Sustainability*, 8(4), 2-26.
- Ibrahim, A., & Goodwin, J. (1986). Perceived causes of success in small business. *American Journal of Small Business*, 11(2), 41-50.
- IFC (International Finance Corporation). (2014). *Women, business and the law 2014: Removing restrictions to enhance gender equality*. Washington D. C.: World Bank Group.
- Ilie, C., Cardoza, G., Fernández, A., & Tejada, H. (2018). *Entrepreneurship and gender in Latin America*. Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=3126888>
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2017). *Producción y empleo informal en el Perú, cuenta satélite de la economía informal 2007-2016*. Lima: INEI.

- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2018a). *Perú: línea de base de los principales indicadores disponibles de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2018*. Lima: INEI.
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2018b). *Producción y empleo informal en el Perú*. Lima: INEI.
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2018c). *Demografía empresarial en el Perú. II trimestre 2018*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n-03-demografia-empresarial-ii-trim2018_ago2018.pdf
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2019a). *Demografía empresarial en el Perú: IV trimestre 2019*. Lima: INEI.
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2019b). *Perú: estructura empresarial, 2018*. Lima: INEI.
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2019c). *Perú: evolución de los indicadores de empleo e ingreso por departamento, 2007-2018*. Lima: INEI.
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2019d). *Producción y empleo informal en el Perú. Cuenta satélite de la economía informal 2007-2018*. Lima: INEI.
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (s. f.). *Sistema de monitoreo y seguimiento de los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <http://ods.inei.gob.pe/ods/>
- ISO (International Organization for Standardization). (2010). *Norma internacional ISO 26000. Guía de responsabilidad social*. Ginebra: ISO.
- Jayawarna, D., Jones, O., & Marlow, S. (2015). The influence of gender upon social networks and bootstrapping behaviours. *Scandinavian Journal of Management*, 31, 316-329. <http://dx.doi.org/10.1016/j.scaman.2015.06.002>
- Johns, N., Green, A., & Powell, M. (2012). Diversity in the British NHS: The business versus the «moral» case. *Equality, Diversity and Inclusion*, 31(8), 768-783. <https://doi.org/10.1108/02610151211277626>
- Johnstone-Louis, M. (2017). Corporate social responsibility and women's entrepreneurship: Towards a more adequate theory of «work». *Business Ethics Quarterly*, 27(4), 569-602. doi:10.1017/beq.2017.6
- Kabeer, N. (2005). Gender equality and women's empowerment: A critical analysis of the third millennium development goal. *Gender & Development*, 13(1), 13-24.
- Kasseah, H. (2016). Investigating the impact of entrepreneurship on economic development: A regional analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 896-916.
- Kimaya, M. (2012). Entrepreneurship, ecosystem, and competitiveness in Latin America. *Latin America Policy Journal*, 1, 89-95.
- Kirkwood, J. (2009a). Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(2), 118-133. <http://doi.org/10.1108/17566260910969670>
- Kirkwood, J. (2009b). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5), 346-364. <https://doi.org/10.1108/17542410910968805>

- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2006). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 82(3), 591-629.
- Klyver, K., & Grant, S. (2010). Gender differences in entrepreneurial networking and participation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 213-227. <http://dx.doi.org/10.1108/17566261011079215>
- Konrad, A., Kramer, V., & Erkut, S. (2008). Critical mass: The impact of three or more women on corporate boards. *Organizational Dynamics*, 37(2), 145-164.
- Landry, E., Bernardi, R., & Bosco, S. (2016). Recognition for sustained corporate social responsibility: Female directors make a difference. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23(1), 27-36. doi: 10.1002/csr.v23.1
- Larrieta-Rubín de Celis, I., Velasco, E., Fernández, S., Alonso-Almeida, M., & Intxaurburu, G. (2015). Does having women managers lead to increased gender equality practices in corporate social responsibility? *Business Ethics: A European Review*, 24(1), 91-110.
- Lau, D. C., & Murnighan, J. K. (1998). Demographic diversity and faultlines: The compositional dynamics of organizational groups. *The Academy of Management Review*, 23(2), 325-340. doi:10.2307/259377
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington D. C.: Banco Mundial.
- León-Mendoza, J. C. (2019). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. *Estudios Gerenciales*, 35(153), 429-439.
- Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997). Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339. [http://dx.doi.org/10.1016/s0883-9026\(96\)00061-4](http://dx.doi.org/10.1016/s0883-9026(96)00061-4)
- Lingelbach, D., De la Viña, L., & Asel, P. (2005). *What's distinctive about growth-oriented entrepreneurship in developing countries?* UTSA College of Business Center for Global Entrepreneurship Working Paper 1.
- Lock, R., & Lawton, H. (2016). The impact of female entrepreneurship on economic growth in Kenya. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(1), 90-96. doi:10.1108/IJGE-11-2015-0040
- López Valladares, H. (2018). Women's empowerment in microbusiness: Enablers and constraints to start and run a business. En D. A. D. Bedford & E. G. Carayannis, Proceedings of the 6th International Conference on Innovation and Entrepreneurship ICIE 2018 (pp. 224-231). Reading: Academic Conferences and Publishing International.
- Martínez, C., Rubio, A., & Fernández, A. (2019). Social entrepreneur: Same or different from the rest? *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30(3), 1-17. doi:10.1007/s11266-018-00053-9
- Mason, A. D., & King, E. M. (2001). *Engendering development through gender equality in rights, resources, and voice*. Washington D. C.: World Bank.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). *Entrepreneurial ecosystems and growth-oriented entrepreneurship*. París: OECD.

- Maxfield, S., Shapiro, M., Gupta, V., & Hass, S. (2010). Gender and risk: Women, risk taking and risk aversion. *Gender in Management: An International Journal*, 25(7), 586-604. <https://doi.org/10.1108/17542411011081383>
- Ministerio de la Producción & Innóvate Perú. (2019). *Concursos Mujer, Emprende e Innova*. Recuperado de <https://www.innovateperu.gob.pe/convocatorias/por-tipo-de-concurso/concurso-mujer-emprende>
- Ministerio de la Producción & MIMP (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables). (19 de noviembre de 2018). *Presentan programa «Mujer Produce» que beneficiará a lideresas de mypes*. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mimpl/noticias/22793-presentan-programa-mujer-produce-que-beneficiara-a-lideresas-de-mypes>
- Ministerio de la Producción. (2017). *Perfil de la mujer emprendedora en el Perú*. Lima: Produce.
- Moon, J., & Vogel, D. (2008). Corporate social responsibility, government, and civil society. En A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp. 303-323). Oxford: Oxford University Press.
- Municipalidad de Lima. (2019). Mujeres del programa «Mujer Emprende» fueron capacitadas por ESAN. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/noticias/item/38581-mujeres-del-programa-mujer-emprende-fueron-capacitadas-por-esan>
- Nath, L., Holder-Webb, L., & Cohen, J. (2013). Will women lead the way? Differences in demand for corporate social responsibility information for investment decisions. *Journal of Business Ethics*, 118(1), 85-102. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1573-2>
- Nicolás, C., & Rubio, A. (2016). Social enterprise: Gender gap and economic development. *European Journal of Management and Business Economics*, 25(2), 56-62. doi:10.1016/j.redeen.2015.11.001
- Nieva, F. O. (2015). Social women entrepreneurship in the Kingdom of Saudi Arabia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(11), 1-33. <https://doi.org/10.1186/s40497-015-0028-5>
- OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), ONU (Organización de las Naciones Unidas), CAF (Banco de Desarrollo de América Latina) & UE (Unión Europea). (2019). *Perspectivas económicas de América Latina 2019: desarrollo en transición*. París: OCDE Publishing.
- OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos). (2012). *Gender equality in education, employment and entrepreneurship: Final report to the MCM 2012*. París: OCDE.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo). (2017). *Sobre informalidad y productividad: breves reflexiones para el caso del Perú*. Lima: OIT, Oficina de la OIT para los Países Andinos.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo). (2018). *Mujeres y hombres en la economía informal: un panorama estadístico*. Ginebra: OIT.
- Phillips, B., & Kirchoff, B. (1989). Formation, growth and survival: Small firm dynamics in the US economy. *Small Business Economics*, 1(1), 65-74.

- Powers, J., & Magnoni, B. (2010). *Dueña de tu propia empresa: identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe*. Washington D. C.: Fondo Multilateral de Inversiones, BID.
- Prahalad, C., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 41(3), 79-93.
- Proética. (s. f.). *Corrupción en el sector privado: qué la promueve y cómo combatirla*. Recuperado de <https://www.proetica.org.pe/noticias/corrupcion-en-el-sector-privado-que-la-promueve-y-como-combatirla/>
- PromPerú. (17 de septiembre de 2019). *PromPerú y cooperación holandesa promueven exportaciones sostenibles*. Recuperado de https://www.promperu.gob.pe/Repos/pdf_novedades/1792019121043_128.pdf
- PromPerú. (23 de agosto de 2017). Programa Mujeres Líderes Exportadoras «Ella Exporta». Recuperado de http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/2157/Programa_Mujeres_Lideres_exportadoras_2017_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rentería, J. R., & Román, A. (2015). *Empleo informal y bienestar subjetivo en el Perú: orientando las políticas públicas para un desarrollo social integral*. Lima: CIES.
- Rey-Martí, A., Tur, A., & Mas, A. (2015). Linking female entrepreneurs' motivation to business survival. *Journal of Business Research*, 68, 810-814. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.033>
- Rivas, M. F. (2013). An experiment on corruption and gender. *Bulletin of Economic Research*, 65(1), 10-42. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8586.2012.00450.x>
- Rodríguez, L., Cuadrado, B., Martínez, J., & García, I.-M. (2017). The role of female directors in promoting CSR practices: An international comparison between family and non-family businesses. *Business Ethics: A European Review*, 26(2), 162-174. doi:10.1111/beer.12140
- Rose, C. (2007). Does female board representation influence firm performance? The Danish evidence. *Corporate Governance: An International Review*, 15(2), 404-413. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2007.00570.x>
- Rossi, M., Sansone, D., Van Soest, A., & Torricelli, C. (2019). Household preferences for socially responsible investments. *Journal of Banking & Finance*, 105, 107-120. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2019.05.018>
- Schutjens, V., & Wever, E. (2000). Determinants of new firm success. *Papers in Regional Science*, 79(2), 135-159.
- Schwalb, M. M., & Prialé, M. A. (2019). Perú. En G. A. Yepes-López, C. García de la Torre, & M. M. Schwalb (Eds.), *Estado de las prácticas empresariales contra el soborno: primer estudio latinoamericano* (pp. 195-211). Icontec, Pacto Global. Red Colombia, PRME, Universidad Externado de Colombia.
- Scott, L., Dolan, C., Johnstone-Louis, M., Sugden, K., & Wu, M. 2012. Enterprise and inequality: A study of Avon in South Africa. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 543-568.
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2018). *Global entrepreneurship monitor: Perú 2017-2018*. Lima: Universidad ESAN.

- Simatupang, T., Schwab, A., & Lantu, D. (2015). Introduction: Building sustainable entrepreneurship ecosystems. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(4), 389-398.
- Swamy, A., Knack, S., Lee, Y., & Azfar, O. (2001). Gender and corruption. *Journal of Development Economics*, 64, 25-55. [https://doi.org/10.1016/S0304-3878\(00\)00123-1](https://doi.org/10.1016/S0304-3878(00)00123-1)
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105-118.
- Transparency International. (2019). *Barómetro global de la corrupción: América Latina y el Caribe 2019 – Opiniones y experiencias de los ciudadanos en materia de corrupción*. Alemania: TI.
- Urbano, D., & Álvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: An international study. *Small Business Economics*, 42(4), 703-716.
- Urbano, D., & Turro, A. (2013). Conditioning factors for corporate entrepreneurship: An in(ex)ternal approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 379-396.
- Uwantege, K., & Mbabazi, P. (2015). The impact of women economic empowerment projects on their socio-economic development in Rwanda: The case of Agaseke project. *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(6), 59-87.
- Valdez, M., & Richardson, J. (2013). Institutional determinants of macro-level entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(5), 1149-1175.
- Wagner, J. (2004). *Are young and small firms hothouses for nascent entrepreneurs? Evidence from German micro data*. ISO 690. IZA Discussion Paper 989.
- Webb, J., Kistruck, G., Ireland, R., & Ketchen, D. (2010). The entrepreneurship process in base of the pyramid markets: The case of multinational enterprise/nongovernment organization alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 555-581.
- Weeks, J., & Seiler, D. (2001). *Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Una exploración del conocimiento actual*. Washington D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Weinberger, K. (2019). Componentes del ecosistema de emprendimiento de Lima que inciden en crecimiento y desarrollo de startups. *Journal of Technology Management & Innovation*, 14(4), 119-136.
- Williams, C., & Martínez, Á. (2014). Is the informal economy an incubator for new enterprise creation? A gender perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(1), 4-19. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2013-0075>
- World Bank Enterprise Survey. (2017). *Peru*. Recuperado de <https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploreconomies/2017/peru#corruption>
- World Bank Group. (2006). *Gender equality as smart economics: A World Bank Group gender action plan (fiscal years 2007-10)*. Washington D. C.: World Bank Group.
- World Bank Group. (2014). *Voice and agency: Empowering women and girls for shared prosperity*. Washington D. C.: World Bank Group.
- World Bank Group. (2017). *Female entrepreneurship resource point*. Recuperado de <http://www.worldbank.org/en/topic/gender/publication/female-entrepreneurship-resource-point-introductionand-module-1-why-gender-matters>

- World Bank. (s. f.). *Enterprise surveys*. Recuperado de <http://www.enterprisesurveys.org>
- Wu, J., Li, Y., & Zhang, D. (2019). Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: A fuzzy-set QCA approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 905-928. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z>
- Yamada, G. (2014). Desempeño de la microempresa familiar en el Perú. *Apuntes: Revista de Ciencias Sociales*, (64), 5-29.