



**EL EFECTO DEL MIGRANTE RETORNANTE FEMENINO EN LA
APARICIÓN DE EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES CON VALOR
SOCIAL EN EL PERÚ**

**Trabajo de investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos
para obtener el grado de Magíster en Gestión Empresarial.
por:**

1614211 De Lellis Lacerna Camilo

.....
Firma

1913938 Díaz León Kristhel Vanessa

.....
Firma

1913708 Sucso Coronado Guido
Antonio

.....
Firma

1912171 Flores Rodriguez José
Fernando

.....
Firma

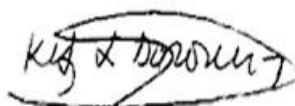
Programa de la Maestría en Gestión Empresarial 06

Lima, 03 de septiembre de 2021.

Este trabajo de investigación

**EL EFECTO DEL MIGRANTE RETORNANTE FEMENINO EN LA
APARICIÓN DE EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES CON VALOR
SOCIAL EN PERÚ**

ha sido aprobado.



.....
Kety Jauregui Machuca (Jurado 1)



.....
José Ventura Egoavil (Jurado 2)



.....
Rosa Nancy Matos Reyes (Asesor)

Universidad ESAN

2021

Le dedico esta tesis a mis padres por ser el soporte durante toda mi vida profesional, a mi esposa por acompañarme en las buenas y malas y a mis perros por darme la alegría que necesito y hacerme feliz cada día.

De Lellis Lacerna Camilo

A Dios, a mamá, papá, Camila, Andy y JJ por su amor, paciencia y por ser el principal motor de mis sueños.

Kristhel Vanessa Díaz León

Agradezco a Dios, mi familia y sobre todo a mi hija quién me ayuda a superarme día a día.

Guido Sucso Coronado

Agradezco a Dios, mi familia, mis abuelos y al entorno que me ayuda a crecer - en todo sentido - día a día.

José Fernando Flores Rodríguez

ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento de la pregunta de investigación.....	1
1.2. Objetivos de la investigación.....	2
1.3. Justificación	2
1.4. Alcance	3
II. MARCO TEÓRICO	4
2.1. Emprendimiento Innovador	4
2.1.1. Emprendimiento innovador femenino en el Perú	7
2.1.2. Factores contextuales e internos que generan el emprendimiento innovador femenino	10
2.2. La diáspora y su vínculo con el emprendimiento	15
2.2.1. Perfil del migrante retornante	16
2.3. Políticas públicas usadas para atraer migrantes y provocar innovación.....	20
2.3.1 Ejemplos de políticas de atracción de migrantes con efectos opuestos:.....	22
2.4. Factores que mueven a la diáspora emprendedora	24
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27
3.1. Metodología de casos	27
3.2. Instrumentos y protocolos	29
3.2.1. Diseño y tipo de Investigación	29
3.2.2. Preguntas y proposiciones de la investigación	30
3.1.1. Unidad de Análisis	33
3.1.2. Criterio de Selección de Casos	33
3.1.3. Ventajas del estudio de casos	34
3.1.4. Métodos de recolección de datos	34
3.1.5. Comparativos de casos	37
3.3. Análisis de los dos casos de estudios	40
3.3.1. Codificación	40
3.3.2. Estrategia de la investigación	41
4. PRESENTACIÓN DE LOS CASOS	42
4.1. Caso de estudio N° 1:.....	43
4.1.1. Introducción	43
4.1.2. ¿Quién es Marta del Rio? “Bussineswoman”	44
4.1.3. Factores de emprendimiento	46
4.1.4. Empresa actualmente	49
4.2. Caso de estudio N° 2:.....	51

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN	56
5.1. Modelo comparativo de casos	57
5.2. Análisis de proposiciones	59
Proposición N° 1: Las capacidades y competencias como las habilidades y conocimientos impulsan al individuo a generar emprendimientos.	59
Proposición N° 2: La motivación es un factor que propicia la aparición de emprendimiento innovadores.	61
Proposición N° 3: La red de contactos desarrollada durante la experiencia internacional contribuye en el nacimiento de emprendimientos.	64
Proposición N° 4: El migrante retornante mejora las habilidades y el conocimiento los cuales son un recurso importante en el proceso emprendedor.	66
Proposición N° 06: Las formulaciones de políticas gubernamentales mejoran las condiciones del emprendedor y de la empresa.	70
Proposición N° 07: Las instituciones educativas en la etapa escolar y post escolar inculcan a los estudiantes el espíritu empresarial.	72
5.3. Análisis de los dos casos de estudio triangulando la información con otras fuentes	75
5.3.1. Análisis del factor interno	75
5.3.2. Análisis del factor contextual	76
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
6.1 Conclusiones:	84
6.2 Recomendaciones	93
7. REFERENCIAS	95
8. ANEXOS	100
Guía de la entrevista	100

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Causas desencadenantes del retorno y factores clave para la reintegración.	21
Tabla 2: Factores Internos y Factores Contextuales.	31
Tabla 3: Comparativo del perfil de las emprendedoras.	37
Tabla 4: Perfil de las empresas.	39
Tabla 5: Resumen de la metodología aplicada.	41
Tabla 6: Resumen de frecuencias de factores internos y factores contextuales.	75
Tabla 7: Resumen de frecuencias de factores internos – Atributos de un Migrante Retornante.	76
Tabla 8: Resumen de frecuencias de factores internos – Características internas de un emprendedor innovador.	76
Tabla 9: Resumen de frecuencias de factores contextuales – Características contextuales de un emprendedor innovador.	77
Tabla 10: Validación de las proposiciones al cruzar los dos casos estudiados.	78

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Actores contextuales e internos del emprendimiento innovador.	15
Figura 2: Atributos de un Migrante Retornante	19
Figura 3: Principales factores que mueven a la diáspora emprendedora.	26
Figura 4: Codificación.	40
Figura 5: Influencia de los factores internos y contextuales	57
Figura 6: Recurrencia de factores en ambos casos de estudio.	58

De Lellis Lacerna Camilo

Ingeniero Pesquero Acuicultor, especialista en Pesca y Alimento, estudiante de la maestría en Gestión Empresarial con 3 años de experiencia en producción e innovación de productos alimenticios de alto valor agregado, poseo gran capacidad para trabajar en entornos exigentes con innovación e iniciativa para proponer y establecer objetivos que respondan a la visión de la organización. Proactivo e innovador con nuevas tecnologías para la optimización de los procesos productivos, tratamientos de efluentes y experiencia en la producción de proteína animal para consumo animal.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

TECNOLÓGICA DE ALIMENTOS S.A. (TASA) LIMA

Empresa Peruana líder dedicada a actividades pesqueras de extracción, transformación y comercialización de recursos hidrobiológicos para consumo humano directo e indirecto.

JEFE DE TURNO DE PRODUCCIÓN

Julio 2018 - Actualidad

- Elaboré las características técnicas y variables de los equipos en las etapas del PAMA y Descarga, como miembro del proyecto de mantenimiento progresivo.
- Supervisé todas las pruebas pilotos realizadas en la planta de Ilo para obtener nuevos productos derivados de la línea de harina y aceite de pescado según el planeamiento estratégico a corto y mediano plazo con enfoque a Petfood y atractantes acuícolas, logrando probar 3 flujos diferentes provenientes de la misma planta.
- Primer puesto en la promoción trainee de Operaciones en la supervisión y conocimiento de la producción de harina y aceite de pescado en las plantas más grandes del Grupo Empresarial.
- Reducción del nivel de solidos del licor de tricanter de 15% a menos del 1% durante todo un día de producción.
- Miembro del equipo del Proyecto Planta Multipropósito y Planta Compacta para elaboración de nuevos productos con miras al 2030.

TRAINEE DE OPERACIONES

Mayo 2017 a Julio 2018

- Líder del proyecto de mejora “Modificación del tolvín de bombas Lamella” tuvo como finalidad evitar el deterioro de la materia prima entre las zonas de almacenamiento y cocción con el fin de obtener una mayor rentabilidad a la hora de vender el producto final por temas de calidad, se logró reducir en un 5% el TVN de materia prima de ingreso a cocinas.
- Encargado de la búsqueda de mercados especializados (Petfood, aqua, cerdos y camarones) para los productos derivados del proceso de harina y aceite de pescado, teniendo mucho éxito en tema de precio, mercado potencial y factibilidad de ser replicado en plantas de gran envergadura, logrando conseguir un precio superior a la harina de pescado en mas de un 42.8%.

LA LUCHA PARTNERS SAC

INSPECTOR DE COSTOS, PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA

Diciembre 2016 a Abril 2017

Encargado de la supervisión de los costos en planta, inventario de los productos cárnicos, guías de remisión y producción de las 8 líneas de productos.

- Propuse al jefe de almacén hacer inventarios cíclicos para poder llevar mejor una trazabilidad de todos los skus que manejábamos ya que eran más de 400 agrupándolos por grupos de mayor a menor rotación para facilitar los inventarios y tener un control real de todas las existencias que entran y salen.
- Elaboré un análisis para poder calcular los rendimientos por cada colaborador para identificar quienes trabajaban mejor en sus líneas de producción para que apoyaran a los que tenían rendimientos más bajos.

TECNOLÓGICA DE ALIMENTOS S.A. (TASA) LIMA

PRACTICANTE DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Abril 2012 a Octubre 2012

- Miembro del equipo para el fortalecimiento enfocado en los conocimientos sobre las reacciones químicas de hidrólisis y triglicéridos del aceite de pescado previo a la apertura de la planta de Omega 3 en Pucusana.
- Encargado de la supervisión de los equipos y materiales de laboratorio.
- Conocimientos adquiridos en el proceso de blanqueamiento del aceite de pescado, elaboración del Etil Ester y datos de importancia para la obtención de Omega 3 puro a partir del aceite de anchoveta y atún para el micro encapsulado como producto final, con el objetivo de tener todo el proceso mapeado de refinación y separación de omegas para ser replicado a nivel industrial en la planta de Pucusana.

FORMACIÓN PROFESIONAL

ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS 2019 - Actualidad
Maestría en Gestión Empresarial

ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS 2016 – 2017
PEE en Operaciones y Logística

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL 2009 – 2015
Ingeniero Pesquero Acuicultor graduado por tesis llamada Viabilidad de una cepa de *Nannochloris sp* del ceparío de la FOPCA para la obtención de biodiesel.

Kristhel Vanessa Díaz León

Ing. de Producción titulada en Brasil e Ing. Industrial titulada y colegiada en Perú. Profesional con experiencia en la gestión e implementación de proyectos y mejoras operativas. Visión estratégica y capacidad de planificación logrando eficiencias en procesos corporativos. Los más de 4 años de experiencia reflejan desenvolvimiento en rubros como: Logística, Textil, Educación y Construcción.

Apasionada por el tema de liderazgo y cultura con propósito. Magister en Gestión Empresarial por ESAN Graduated School of Business con especialización en Gestión de Procesos.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

GRUPO EMPRESARIAL DH MONT

Febrero 2020 - Actualidad

Grupo peruano con más de 20 años en el mercado peruano realizando obras de infraestructura pública y privada. Actualmente ejecutando un mega proyecto con más de 20 mil viviendas.

COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN Y PROCESOS

- Diseñar y planificar procesos y procedimientos de las diversas áreas y empresas que conforman el grupo Dh Mont.
- Dar seguimiento al cumplimiento de planes de gestión a través de acciones de monitoreo y control.
- Diseñar proyectos de mejora continua.

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

Diciembre 2018 – Febrero 2020

ANALISTA DE CALIDAD

- Diseño, planificación, ejecución y mejoramiento continuo del sistema de gestión de la calidad.
- Hacer seguimiento al cumplimiento del Plan de Gestión de la Calidad, a través de las acciones de monitoreo y control establecidos.
- Participación en la implementación del ISO 9001.
- Planificar, organizar y ejecutar eventos de sensibilización, difusión y capacitación en relación al sistema de gestión de la calidad y al Plan de Gestión de la Calidad institucional.

GLASSDOOR BRASIL

Mayo 2017 – Noviembre 2017

ANALISTA DE PLANIFICACIÓN Y CONTENIDO

- Monitorear el flujo de datos y análisis de las variaciones salariales de acuerdo con la economía de los países latinoamericanos, como: Argentina y México.
- Participación activa en proyectos de mejora continua.

FRIALSA FRIGORÍFICOS (Antes Agroempaques) Diciembre 2015 – Julio 2016
ASISTENTE DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES

- Elaboración de reportes que fueron útiles para el análisis y toma de decisiones dentro de la Gerencia de Operaciones, tales como: reportes de stocks y capacidad utilizada diaria del almacén frigorífico, entre otros.
- Participación en la planificación de inventarios mensuales y mapeo de procesos de ingreso, almacenamiento y salida de productos de planta.

FORMACIÓN PROFESIONAL

EGADE BUSINESS SCHOOL Postgraduate, Leadership and Personal Branding	2021 -2021
ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS Maestría en Gestión Empresarial	2019 -2021
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE Ingeniera Industrial	2013-2018
UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI Ingeniera de Producción	2016 - 2018

Sucso Coronado Guido Antonio

Cursando actualmente la maestría de Gestión Empresarial en ESAN Graduate School of Business. Cuento con el grado de Bachiller en Comunicación y Marketing de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). También, realice un intercambio estudiantil a la Universidad Europea de Madrid en el año 2016. Cuento con poco más de 4 años de experiencia laboral los mismos que he desenvuelto en los campos de: E-commerce, marketing digital, publicidad, estrategias de ventas y área comercial en el campo de lencería y en el mercado farmacéutico. Estas experiencias me han permitido aprender y aportar en las empresas en las que me he desenvuelto.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

GENERIX SAC

febrero 2019 – Actualidad

Generix es una empresa del sector farmacéutico, la cual se dedica a la comercialización de medicinas en sus puntos de venta. La empresa tiene una estrategia de colocar puntos de venta en postas médicas o policlínicos municipales mediante convenios con las respectivas municipalidades.

JEFE COMERCIAL

Encargado de supervisar, dirigir y evaluar todo lo relacionado a las ventas.

- Fijar metas de ventas.
- Manejo de personal en punto de venta.
- Implemento de políticas de precios
- Evaluación de rotación de productos.
- Implemento de estrategias de marketing.
- Proyección de ventas.

LEO ANDES S.A. (LEONISA)

octubre 2017- octubre 2019

Leonisa empresa colombiana del sector textil, más concretamente en el mercado de lencería, la cual cuenta con más de 15 tiendas a nivel nacional y cinco canales de venta. Es la empresa líder en el sector y cuenta con sucursales en más de 14 países.

PRACTICANTE DE MARKETING

junio 2017 – Setiembre 2017

- Contacto con proveedores.
- Manejo de portafolios.
- Coordinaciones con sucursales en países extranjeros.
- Diseño de estrategias de Marketing.
- Informes de indicadores de Marketing. (KPI'S)
- Implementación de Layout y Merchandising en Tiendas Propias y Web.

ANALISTA WEB

enero 2018 – enero 2019

Análisis con todo lo relacionado en web Leonisa Perú:

- Tráfico web.
- ROI
- Formatos SEO Y SEM.
- Inversión en canales digitales y redes sociales.
- Merchandising web.
- Manejo de GOOGLE ANALYTICS.

FORMACIÓN PROFESIONAL

ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS

2019-2021

Maestría en Gestión Empresarial

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

2011-2018

Bachiller en Comunicación y Marketing

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

2016-2016

Intercambio Estudiantil a España

Flores Rodriguez José Fernando

Llevando a cabo la Maestría en Gestión Empresarial de Esan Graduate School of Business y cursando el programa Leadership and Personal Branding de EGADE Business School. Cuento con el grado de Licenciado en Economía de la Universidad de Lima y un curso de Financial Markets dictado por la Universidad de Yale. Los más de 4 años de experiencia reflejan un eficiente desenvolvimiento en diversas industrias como: agroexportaciones, transnacional de cosméticos, minería y, banca y finanzas; esta diversificación me permitió aportar valor agregado significativo para empresas de alto impacto en la economía peruana con facturaciones mensuales +USD 50mm.

Eficiente lectura de KPI's para cumplir lo requerido por la empresa, búsqueda constante de mejora e innovación en los procesos, colaborativo y participativo en equipos de trabajo; asimismo, creo en la ética, el respeto y la empatía como variables claves en el trabajo y la vida.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

MINSUR S.A – GRUPO BRECA

Agosto 2021 - Actualidad

Compañía minera peruana de clase mundial dedicada a la producción estaño principalmente y otros minerales.

TREASURER & FINANCIER PLANNER

- Brindar soporte en el proceso de elaboración del presupuesto y forecast de la División Minera.
- Evaluar económica y financieramente los proyectos de la División Minera.
- Elaborar y analizar los reportes de resultados financieros y operativos al Directorio y al mercado.
- Hacer seguimiento al cumplimiento del presupuesto de gastos administrativos.

ROMEX S.A – GRUPO ROMERO

Noviembre 2018 – Agosto 2021

Romex es una de las top 3 exportadoras más importantes de cacao, café y derivados de cacao en Perú.

ANALISTA DE FINANZAS

- Elaboración del reporte diario de las compras de la compañía analizando precios y posiciones futuras. (cocoa beans y café).
- Construir y analizar el modelo financiero corporativo mensual comparado con el presupuesto de gastos operativos, ventas y de fábrica de la empresa, analizando posibles desviaciones y ajustes en cuentas.
- Administrar diversas operaciones de leasings, transferencias, depósitos y FX con la finalidad de asegurar liquidez en el corto y mediano plazo, también llevando el registro (SAP R3).
- Gestión y elaboración del presupuesto anual coporativo para 2020 y 2021.

BELCORP

Enero 2017 – Septiembre 2017

Administración de la tesorería de 4 de los 16 países donde Belcorp opera.

TREASURY & FINANCIAL STRATEGY INTERN

- Control de los niveles de liquidez, presupuesto y gastos financieros diarios de cada país.
- Preparar/enviar reporte de balance diario de saldos de bancos Belcorp a nivel LatAm.
- Hacer reportes de estrategia financiera (análisis de ratios, múltiplos, working capital, solvencia y otros) sobre Belcorp vs otras compañías del mismo core business.
- Proyectar los flujos de caja mensuales futuros de cada país a cargo.
- Coordinar con el equipo de Trading and Banking para la toma de decisiones sobre inversiones, préstamos y derivados financieros (swaps y forwards) cubriendo el riesgo de liquidez de cada país.

MINERA LAS BAMBAS – MMG LIMITED

2016

Primeras exportaciones de minerales de la compañía.

TREASURY INTERN

- Evaluar principales indicadores financieros de la compañía y reportarlo al VP de Finanzas mensualmente (liquidity, solvency, activity and profitability).
- Hacer negociaciones con bancos locales para obtener la mayor rentabilidad en inversiones de corto plazo.
- Adjuntar las facturas que sustenten los forwards a la Sunat (+/-USD 25mm por forward).

FORMACIÓN PROFESIONAL

EGADE BUSINESS SCHOOL

Postgraduate, Leadership and Personal Branding

2021 -2021

ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS

Maestría en Gestión Empresarial

2019 -2021

UNIVERSIDAD DE LIMA

Licenciado en Economía

2013 -2018

RESUMEN EJECUTIVO

Grado: Maestro en Gestión Empresarial

Título de la tesis: “El efecto del migrante retornante femenino en la aparición de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú.”

Autor(es): De Lellis Lacerna, Camilo
Díaz León, Kristhel Vanessa
Flores Rodríguez, José Fernando
Sucso Coronado, Guido Antonio

Resumen:

Esta investigación está hecha con la intención de conocer de qué manera la migrante retornante femenino contribuye a la generación de emprendimientos innovadores con valor social en un país emergente como el Perú. Cuando una persona con espíritu emprendedor toma la decisión de retornar a su país de origen, busca nuevas oportunidades de desarrollo personal y profesional, aprovecha todos los conocimientos y experiencias adquiridas durante su estadía en el extranjero y conjuntamente con una serie de características y atributos individuales adheridas al emprendedor, hacen que estos, se sientan impulsados y motivados a generar emprendimientos innovadores, muchas veces siendo pioneros en el producto o servicio ofrecido y además con el compromiso de crear un impacto social significativo, enlazando de esta forma el respeto a los derechos, el bienestar y satisfacción de necesidades, así como su acceso a la igualdad de género cuando se trata de oportunidades.

El estudio se centra en casos de estudio de Perú, un país emergente que no ofrece el mejor escenario económico y de inversión y, no obstante, ser uno de los países con mayor tasa de emprendimientos a nivel mundial.

Se utiliza metodología de casos, ya que la teoría existente referente al migrante retornante y su relación con los emprendimientos innovadores, proviene, en su mayor parte de estudios realizados en países desarrollados como Estados Unidos o La Unión

Europea o países como China y Corea del Sur que cuentan con tecnología avanzada; sin embargo no existe mucha literatura específicamente para Latinoamérica y con mayor énfasis en el Perú, que defina de manera asertiva si las teorías construidas en base a otras economías, aplican de manera adecuada y funcional para países con características tan particulares como el Perú.

En los casos estudiados, las entrevistas fueron muy importantes, las mismas indicaron la recurrencia de los factores que influyeron en la aparición de emprendimientos innovadores en un migrante retornante. Con los datos recopilados se llegó a la conclusión que las características de los migrantes retornantes que llevan a cabo emprendimientos innovadores son su capacidad y competencias, sus motivaciones y sus rasgos de personalidad.

También, se observó que estos emprendimientos innovadores, se nutren de su experiencia internacional que los provee de conocimientos y habilidades que aumentan su panorama estratégico y capacidad de manejo de una empresa u organización. De otro lado, en los dos casos de estudio, el emprendimiento se da por un deseo profundo de mejorar las condiciones de la población vulnerable y de retornar a la sociedad los beneficios recibidos.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento de la pregunta de investigación

Existen diversas razones que explican los motivos por el cual una persona toma la decisión de abandonar su tierra natal con el fin de buscar un nuevo lugar de oportunidades de desarrollo personal, y como lo afirma Maslow, el ser humano está constantemente orientado hacia el logro de metas y objetivos para la satisfacción de sus necesidades.

La decisión migratoria, es una compleja combinación de factores internos y externos, que va desde la falta de alternativas para los logros ocupacionales, incertidumbre sobre el futuro económico, la sensación de inseguridad frente al crecimiento de la violencia o porque las necesidades básicas se encuentran insatisfechas y provocan la frustración en las expectativas de vida y realización personal, hasta el deseo de conocimiento y curiosidad de otras realidades. (Arujo, 2008).

Esto conlleva a que cierto grupo de individuos se sientan impulsados y motivados a abandonar su país de origen y muchas veces con recursos limitados o casi nulos, llegan a un lugar en donde encuentran posibilidades de desarrollo, y es así como la migración se vuelve una alternativa para cubrir las expectativas deseadas.

En ese contexto se presenta una brecha de estudios muy interesante, ya que estos migrantes al retornar a su tierra natal, traen consigo nuevos aprendizajes, conocimientos, experiencias y otros factores individuales y contextuales que los motivan a convertir las nuevas ideas obtenidas en una experiencia internacional e iniciar nuevos retos de emprendimientos innovadores.

Se debe tomar en cuenta que iniciar con un emprendimiento innovador en una economía emergente, como lo es el Perú, se torna en algo mucho más retador que desarrollarlo en una economía avanzada, ya que existen factores dentro de las economías emergentes que hacen que emprender e innovar sea una tarea sumamente desafiante, más no imposible.

Siendo el Perú un país en donde los fenómenos migratorios, también, han logrado cambios importantes en la economía y sociedad peruana, nos interesa contribuir a

identificar las motivaciones del migrante retornante que lo llevan a desarrollar un emprendimiento innovador.

Bajo esta premisa y la teoría revisada se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo es que el migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General:

Determinar de qué manera la migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar de qué manera la experiencia internacional del migrante influye en la realización de un emprendimiento innovador.
- Identificar cuales son las características que presentan las migrante retornantes que inician un emprendimiento innovador.
- Determinar de qué forma el estado a través de sus políticas puede estimular el emprendimiento innovador con el retorno de los migrantes.

1.3. Justificación

Desde lo teórico: Esta investigación se justifica porque permitirá conocer la influencia de los migrantes retornantes femenino para la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú. (fenómeno relativamente reciente y poco estudiado en países emergentes).

Desde lo económico: Según la teoría de Schumpeter, J. A. (1936), referida a los emprendimientos innovadores desde una perspectiva económica, planteó la existencia del desequilibrio dinámico que causa el empresario innovador y llamó a este tipo de actividades “destrucción creativa”, la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva

manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria.

Las migrantes retornantes regresan a su país (emergente) de origen con nuevas ideas que ayudarán a reducir la tasa de desempleo mediante nuevos emprendimientos y con muchas posibilidades de aumentar la inversión privada, por lo que también significa un efecto económico positivo para el país emergente.

Desde lo legal: Analizaremos las normas y leyes que favorecen el retorno de migrantes propulsores de emprendimientos innovadores que puedan impulsar un Silicon Valley, pero adaptados a países emergentes.

Desde lo práctico: La investigación busca contribuir a la promoción de emprendimientos innovadores con valor social, identificando y analizando las nuevas prácticas e ideas de los migrantes retornantes femeninos a países emergentes. Por lo que la información no sólo será útil para aquellos que quieran emprender un nuevo proyecto, sino también para los diferentes actores de la sociedad, tales como: gobierno, comunidad empresarial y la academia.

1.4. Alcance

La presente investigación tiene como alcance comprender cómo las nuevas ideas, redes de contactos y experiencia internacional del migrante retornante pueden contribuir con la formación de nuevos emprendimientos innovadores con valor social en países emergentes como es el Perú.

II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo abordará puntos claves para el desarrollo y análisis de la presente investigación.

Al tomar como base de estudio el emprendimiento innovador y todo lo que este engloba, nos daremos cuenta que es un eje importante para el crecimiento económico y la generación de puestos de trabajo, convirtiéndose en una fuente de mejoramiento de calidad de vida para más personas. Las emprendedoras tienen factores internos y contextuales que influyen y/o motivan en la decisión de iniciar con algún negocio.

Otro eje importante de esta investigación, son las diásporas y su vínculo con el emprendimiento y su sentimiento de pertenencia e identidad hacia el país que los vio nacer, creemos que los migrantes retornantes tienen un perfil característico y que, al llegar a su tierra natal, estos resaltan y los impulsan a generar emprendimientos innovadores.

Para finalizar con el marco teórico, un punto importante que se resaltaré es el desarrollo de las políticas públicas usadas para atraer migrantes y provocar emprendimientos innovadores en el país de origen.

2.1. Emprendimiento Innovador

Actualmente el emprendimiento es considerado en diversos países del primer mundo como un factor esencial para el desarrollo de la economía y como una de las muchas alternativas para combatir el desempleo, la pobreza y la desigualdad. Mientras que en países en vías de desarrollo los emprendimientos aún no son considerados como generadores de cambios sustanciales, sin embargo, existen numerosas razones por las cuales, cierto número de personas con características específicas y cualidades esenciales son impulsadas a emprender ya sea por necesidad o por oportunidad.

La primera vez que se utilizó la palabra “entrepreneur”, fue en siglo XVIII, el uso histórico de la palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que significa *pionero*, su definición como verbo en la Real Academia de la Lengua Española tiene 2 acepciones, sin embargo, la que más se asemeja a la actualidad y al contexto de esta investigación es: Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

Desde entonces se tienen conceptos muy interesantes acerca del emprendimiento, por ejemplo el economista de origen irlandés Richard Cantillon en 1755 describió al emprendimiento como la voluntad que tienen las personas para operar y desarrollar nuevas formas de obtención de recursos, bajo condiciones donde los gastos son conocidos y ciertos y los ingresos desconocidos e inciertos, el cual implica un alto grado de incertidumbre en la demanda. Minniti (2012), este economista era un hombre negocios de la época por lo que con su experiencia pudo definir con claridad la función de un emprendedor.

Más adelante, en 1804, el economista Jean-Baptiste Say también resaltó esta figura brindando un aporte complementario al de Cantillón afirmando textualmente que “el emprendedor, es un individuo líder, previsor, que asume riesgos, evalúa proyectos, además moviliza los recursos necesarios desde una zona en donde no son explotados en su totalidad a una zona de alto rendimiento y por ende de alta productividad” Fernández-Salineró & de la Riva (2014), expresa además que el emprendedor está involucrado con los factores de producción como la tierra, capital y trabajo por lo que se vuelve protagonista de las actividades económicas. En estas primeras definiciones ya se resalta la idea que los emprendedores son personas que asumen riesgos y muchas veces en condiciones de incertidumbre.

En la misma línea, Schumpeter, en su libro Teoría del desarrollo económico (1934), plantea la creación de empresas innovadoras como un factor del desarrollo económico de un nación en donde la actividad emprendedora funciona como un proceso en el cual se pretende desarrollar nuevas combinaciones de conocimientos que promuevan el cambio tecnológico, contribuyan a la creación de innovaciones y la formación de nuevas empresa a su vez, menciona que estas tengan un nivel alto de liderazgo y que sean capaces de identificar oportunidades en donde otros solo ven problemas, por esta razón los emprendedores no son gerentes ni inversores, los emprendedores son un tipo especial de personas. Para este autor, lo más importante al momento de realizar un emprendimiento es la “innovación”, propuesta muy vigente a lo que señala Vargas-Hernández & Zamora (2018), pues las innovaciones de la clase empresarial constituyen una poderosa fuerza competitiva en el desarrollo económico, generando así efectos positivos en la creación de empleos.

Si tomamos como referencia a los miembros de la corriente del pensamiento clásico económico, Jhon Stuart, David Ricardo y Adam Smith, también mencionan que el emprendimiento innovador es uno de los principales motores de desarrollo y crecimiento de la economía Aguirre Toledo (2018), agregando que la aplicación de nuevas tecnologías tiene un efecto positivo en el desarrollo económico, por lo que al fusionar positivamente el emprendimiento con la innovación se obtienen auténticos resultados.

Complementando la idea anterior, según Bruyat & Julien (2001), el emprendedor es innovador, es una persona que cambia la economía, todo aquel que busca sobresalir con su negocio en cualquier economía busca cambiar la misma. El emprendedor es diferente del capitalista, pues obtiene y organiza factores de producción para crear valor y diferenciarse de los demás, muchas veces van a mercados que ya existen, pero logran hacer algo para diferenciarse y sobresalir.

Si bien es cierto un emprendimiento no llega a cambiar un país a gran escala, si llega a contribuir en su crecimiento de alguna manera. Y lo hace a gran escala cuando se trata de muchos emprendimientos.

Buitrago Herrera, Gómez Sandoval & Noguera García (2014) por su parte mencionan que toda sociedad necesita de cultura de emprendimiento; ya que esto contribuye a la materialización de las ideas de negocio y de empresa, es importante notar que se debe generar confianza y oportunidades en el mundo del mercado. Mientras más confianza existe en la economía, más ideas emprendedoras se generarán y se materializarán.

En base a los diferentes análisis realizados a lo largo de los años por diversos autores, se puede sintetizar que el emprendimiento innovador incrementa la competitividad y productividad de un país, creando nuevas oportunidades de negocio y un equilibrio económico superior, siendo una fuente de creación de empleos que, al gestionar los recursos de forma eficiente, se logra convertir en un agente de cambio importante para una nación.

En las últimas décadas, el tema de emprendimiento innovador ha tomado relevancia y fuerza en las investigaciones y el mundo académico, Garud, Gehman y Giuliani (2014), señalan que el tema se centra, por un lado, en los estudios de las características individuales del emprendedor que tiene la capacidad de explotar las oportunidades y por otro lado, están los estudios que se centran en el contexto, afirmando que el contexto

determinará cuáles son las oportunidades que están disponibles para un emprendimiento innovador.

Se cree que la diferencia del crecimiento del emprendimiento innovador en países desarrollados frente a países en vías emergentes como Perú, es que los llamados países de primer mundo han conceptualizado y enfocado un nuevo modelo de emprendimiento basado en investigación científica, la innovación y desarrollo tecnológico. (Zapata, Fernández López & Neira Gómez, 2018), además que existen otros factores que determinan el desarrollo de la actividad emprendedora, como, por ejemplo, las características demográficas, culturales y económicas, las cuales son aspectos fundamentales para que sus proyectos prosperen en grandes economías. (Pinillos-Costa, Reyes-Recio & Pinar, 2007). Pero también se sabe que el grado de innovación difiere entre regiones y países y cada vez aparecen nuevos emprendimientos, la diferencia con países desarrollados es que estas personas u empresas operan en entornos caracterizados por instituciones subdesarrolladas que de alguna forma limitan el desarrollo de capacidades internas para la innovación. Cuervo-Cazurra (2008).

Tal como lo describe la literatura revisada sobre el emprendimiento innovador, se presenta un factor de análisis interesante del porqué unas personas y no otras descubren oportunidades de emprendimiento teniendo en cuenta que son varios factores que influyen en tal propósito como el hecho de iniciarlo en un país emergente como Perú, en donde la comprensión y la información de este fenómeno es limitada y poco investigada, así como en muchos países en vías de desarrollo.

Los resultados de estudios realizados con enfoque en economías avanzadas no podrían ser tomadas como referencia para contextos y realidades diferentes, puesto que estas experiencias no pueden ser generalizadas pues representaría un problema en su análisis. Gries & Naudé (2011). En consecuencia, el rol del emprendimiento innovador y su desarrollo en países emergentes es aún incompleto y merece más atención.

2.1.1. Emprendimiento innovador femenino en el Perú

En un mundo tan competitivo, existen factores como el social o económico que afecta el desempeño de la mujer; por ello, es necesaria la intervención de factores externos que contribuyan a su inserción y participación en el mundo empresarial peruano (Ministerio

de la Producción, 2017). Hasta el 2015, la PEA estuvo conformada en un 44% por mujeres ("Más de 7 millones", 7 de marzo 2016), de acuerdo con la Encuesta Nacional de Empresas (ENE 2015), tres de cada diez empresas están dirigidas por mujeres y en su mayoría los emprendimientos por parte de ellas se concentran en pequeñas y microempresas (Inei, 2016). Podemos decir que de 100 emprendimientos 22 son hecho por mujeres, del total de emprendimientos, 15 serían por oportunidad y sólo 7 por necesidad (GEM, 2016). El emprendimiento de la mujer, en los países del tercer mundo, donde el nivel de empoderamiento es bajo, las mujeres tienden a tener limitadas sus redes y movilidad, lo que les impide observar modelos de empresas exitosas, acceder a recursos e iniciar negocios exitosos (Kobeissi, 2010). Un estudio a nivel regional estimó que, en Latinoamérica, Asia Central, Este de Europa y Sub-Sahara África, las empresas dirigidas por mujeres generan poco valor en comparación con la de los hombres. La razón es que ellas se dedican a sectores como venta de prendas de vestir, comercio al por mayor y menor, hoteles y restaurantes (Bardasi, E., Sabarwal, S., & Terrell, 2011). La misma información fue recogida por Kargwell, quien afirma que las mujeres prefieren trabajar en el hogar ya que sienten que este es el rol aceptado por la sociedad (2012). En cuanto a la articulación a redes, se encontró que la mujer peruana, a diferencia del hombre, suele participar muy poco en redes empresariales y cuando lo hace se aproxima a las asociaciones que le ofrecen mejorar la organización en sus negocios (Ministerio de la Producción, 2017). Por otro lado, respecto a la solicitud de financiamiento para iniciar su negocio, el 56,6% de las mujeres pidieron apoyo económico a terceros (Ministerio de la Producción, 2017).

La participación de emprendimientos femeninos es vital para remediar los impactos negativos causados por el desarrollo y crecimiento económico de los países (E. Amorós & Tersejen, 2010). Si ellas no tomaran la decisión de emprender, la capacidad del mundo para superar sus problemas estaría en riesgo (Chaquiriand, 2014). Según las Naciones Unidas, las mujeres emprendedoras pueden contribuir a incrementar el 15% del PBI atendiendo al crecimiento económico, social y ambiental de los países (Montoya, 2015). Los emprendimientos de las mujeres suelen ofrecer flexibilidad en el tiempo utilizado, dejando espacio para pasar más tiempo con sus familias (Kobeissi, 2010); la participación de más mujeres en la realización de emprendimientos está asociada a un reparto más igual con los hombres para la realización de las tareas domésticas y cuidado de los hijos (Duflo, 2012).

Los principales obstáculos identificados para iniciar un negocio serían la falta de apoyo financiero, la discriminación de género, las habilidades administrativas, la falta de información, la dificultad para tener acceso a actividades que den apoyo a los emprendimientos, falta de autoconfianza y dificultad para encontrar los contactos necesarios para iniciar, diferencias que, a su vez, las exponen a vulnerabilidad y reducen sus posibilidades para contribuir a la mejora de sus (Parvin, Rahman, & Jia, 2012; Duflo, 2012).

En el país existe violencia psicológica y física contra las mujeres emprendedoras, las mismas que son más frecuentes en la zona urbana, aunque más intensa en la zona rural (Castiblanco, 2013). Muchas emprendedoras tienen dificultades para equilibrar la vida familiar con los negocios debido a su preocupación por la aceptación social; una de las principales razones para desistir en la creación de un negocio (Castiblanco, 2013). El hecho de que las mujeres formen parte de grupos y reciban asesoramiento o tutoría influiría de forma directa en su autoconfianza, por lo que se inclinaría en emprender o continuar con su emprendimiento (Ventura & Quero, 2013).

2.1.1.1. Emprendimiento social:

La línea que separa un emprendimiento de orientación económica de uno de orientación social es el compromiso de crear un impacto social significativo. Muchos especialistas definen que un emprendedor social no solo es una persona altruista, sino que debe mostrar una clara determinación por hacer una contribución a la sociedad sin buscar nada a cambio. Según Roa, integrante de la red Ashoka, define que el objetivo de las organizaciones sociales es el ser humano y la sociedad, enlazando de esta forma el respeto a sus derechos, el bienestar y satisfacción de necesidades, así como su acceso a la igualdad de género cuando se trata de oportunidades.

Podemos concluir que los emprendedores sociales se caracterizan por buscar soluciones a problemas sociales como el analfabetismo, drogadicción, desigualdad social o la contaminación ambiental. Los autores, Roberts y Woods (2005) definen que el emprendedor es quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación. Debemos recalcar que el emprendimiento social no es lo mismo que caridad; incluso no es necesariamente sin ánimo de lucro. En esencia, es una actitud benevolente motivada por una necesidad profundamente arraigada de dar a otros, pero no debemos olvidar que los emprendedores sociales son gente de negocios.

2.1.2. Factores contextuales e internos que generan el emprendimiento innovador femenino

Kantis, Angelelli & Moori (2004) hacen referencia sobre la identificación de factores que influyen en el proceso emprendedor, introduciendo el concepto de Sistemas de Desarrollo Emprendedor, el cual se define como un conjunto de elementos y factores que, de alguna u otra forma, tienen incidencia sobre el proceso emprendedor contribuyendo a la generación de nuevos emprendimientos. Los factores, se clasifican bajo las siguientes categorías: Condiciones sociales y económicas, cultura y sistema educativo, estructura dinámica y productiva, aspectos personales, redes del emprendedor, mercado de factores y regulaciones políticas, además de ello, toma como unidad de análisis a la emprendedora innovadora y aparecen aspectos personales o internos como experiencia laboral, la motivación, formación, capacidades empresariales, modelos de rol familiares y las condiciones sociales y económicas.

Sin embargo, el más reciente reporte 2018/2019 del Global Entrepreneurship Model (GEM), indica que cada economía tiene su propio perfil de emprendimiento, y además señala que el entorno en que operan tiene su propio perfil que los emprendedores deben superar para iniciar sus negocios, es decir, existen factores del entorno que facilitan o limitan el emprendimiento como el contexto político, institucional y social, el apoyo financiero, políticas gubernamentales, educación, clima económico, capacidad para emprender, siendo los mencionados por los expertos de esta investigación como factores limitantes el contexto político, social y financiero.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado nos permite llegar a la premisa de que existe la presencia de factores contextuales e internos que influyen en el emprendimiento y que constituyen aspectos relevantes de estudio para todo el proceso emprendedor comprendiendo las etapas de idea de negocio, desarrollo y ejecución.

A continuación, se detallará cada uno de estos factores, de acuerdo a la teoría analizada.

2.1.2.1. Factores contextuales

Alcober, Ruiz & Valero (2003), indica que el proceso de formación de nuevas empresas y de nacimiento de nuevos empresarios es el resultante de la interacción de factores

situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial está marcado por los siguientes factores: toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía de riesgos. Menciona también, la presencia de factores de desplazamiento que pueden ser positivos (identificación de una oportunidad, deseo de realización, etc.) o negativos (salir del desempleo, necesidad de emigrar a otro país, frustración con el empleo actual). Un avance importante y determinante para la investigación sobre los factores que afectan la actividad emprendedora es el estudio de Kantis, Angelelli & Moori (2004), quienes definen un conjunto de factores que influyen el proceso emprendedor, dando lugar al concepto de Sistema de Desarrollo Emprendedor, que se define como el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Los factores se agrupan en las siguientes categorías: condiciones sociales y económicas; cultura y sistema educativo; estructura y dinámica productiva; aspectos personales; redes del emprendedor; mercado de factores; y regulaciones y políticas. Se destaca la definición de aspectos personales como el conjunto de factores que toman como unidad de análisis a la emprendedora innovadora; aparecen aspectos como: la motivación, experiencia laboral, formación, capacidades empresariales, modelos de rol familiares y las condiciones sociales económicas que vinculan al ambiente macroeconómico y aquellas relacionadas al mercado de factores (capital, recursos humanos, financiamiento, etc.).

El emprendimiento innovador muchas veces es motivado por una serie de factores contextuales que crea un escenario favorable para el emprendedor. De acuerdo al último reporte del Global Entrepreneurship Model (GEM), que es una fuente de información primaria para el ámbito del emprendimiento, ha encuestado durante mucho tiempo a empresarios y expertos en la materia, haciéndoles preguntas que cubren 03 áreas relacionadas con los factores críticos para el espíritu empresarial. Estas 03 condiciones marco han sido objeto de mucha investigación académica que examina la relación entre el espíritu empresarial y su entorno y que para la presente investigación lo denominaremos Factores Contextuales”, los cuales serán detallados a continuación:

- Finanzas empresariales:

Este factor describe si es que existen suficientes fondos para los actuales y potenciales empresarios, se evalúa la accesibilidad y la eficiencia del

funcionamiento de los mercados de valores y la disponibilidad de canales de financiación para emprendedores. Esto incluye ángeles de negocios profesionales, capitalistas de riesgo, bancos, préstamos gubernamentales, subvenciones y subvenciones, así como recaudación de fondos.

- Políticas gubernamentales, apoyo y pertinencia

En este factor hace referencia a los gobiernos nacionales y si estos demuestran apoyo a los emprendedores, mediante la formulación de políticas que mejoren las condiciones de, por ejemplo, la mano de obra empleada a la pequeña y mediana empresa, entre otros. Este factor refleja el grado en el que los impuestos actuales son asequibles y equilibrados para los emprendedores, o si constituyen una limitación para iniciar y hacer crecer negocios. Este factor evalúa la burocracia en los procesos comerciales y en las facilidades de financiación actividades empresariales.

- Educación para el emprendimiento en la etapa escolar y post escolar

Este factor se refiere a que, si las asignaturas de emprendimiento están incluidas en los programas escolares, y si las escuelas están inculcando a los estudiantes el espíritu empresarial. Además, la inclusión de materias de emprendimiento en programas posteriores a la escuela, como universidades, escuelas de negocios y centros vocacionales. Incluye la efectividad de la educación post-escolar y sistemas educativos en la construcción de las habilidades empresariales de los estudiantes.

Finalmente, el marco conceptual de este reporte guía las actividades de recopilación de datos e investigación para descubrir los factores que fomentan o dificultan el emprendimiento relacionándolos con específicamente con condiciones del contexto del marco empresarial.

2.1.2.2. Factores internos

De acuerdo al último reporte del Global Entrepreneurship Model (GEM), y tomando como unidad de análisis a la emprendedora innovadora, los atributos individuales, que para esta investigación llamaremos “Factores Internos”, se clasifican de acuerdo a las características demográficas (género, edad, etc.), autopercepciones (capacidades percibidas, oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y motivos para empezar un emprendimiento (es decir, necesidad versus oportunidad), aunque si nos basamos en este reciente estudio de GEM, muestra que la mayoría de los emprendedores en las economías de ingresos medios están motivadas por la oportunidad, y que estos emprendedores crean importantes valor para sus economías con alto potencial empresa.

Tomando como referencia una teoría con más de media década, sin embargo, aún vigente, McClelland (1961) sustenta que existen ciertas capacidades y cualidades que comparten los emprendedores y determina que independientemente de la actividad que realicen los emprendedores, de su ubicación, su nivel socioeconómico, religión, cultura, sexo o raza; en todos ellos, se repiten en mayor o menor medida una serie de comportamientos que los agrupa en diez pautas de acuerdo a su grado de importancia y que son determinantes del comportamiento emprendedor. Además, expone algunos criterios de evaluación para el perfil emprendedor a través de un cuestionario y concluye principalmente que: “fijar metas” debe ser la pauta con mayor puntuación por encima de “persistencia”. También la teoría plantea que “persistencia” debe tener una puntuación similar a “Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa”, “Correr riesgos calculados” se relaciona con “Autoconfianza y Búsqueda de Información” y esta última debe ser similar a “Cumplimiento”.

Sin embargo, los autores Gómez-Mercado & Montoya-Vélez (2014), indican que diversas teorías y estudios muestran una variedad de características del emprendedor innovador, y se concluye que este perfil está compuesto por una serie de factores que se encuentran inherentes al emprendedor. Es por ello que no se puede definir un perfil de un emprendedor universal pues el entorno y la historia de cada quien influyen en su desarrollo, sin embargo, existen enfoques en común que se puede aprovechar para proponer un esquema general en base a la teoría revisada y comprende de dos grandes perspectivas, los cuales son características individuales y motivacionales.

Para la presente investigación, se tomarán como referencia los siguientes factores internos:

- Capacidades y competencias

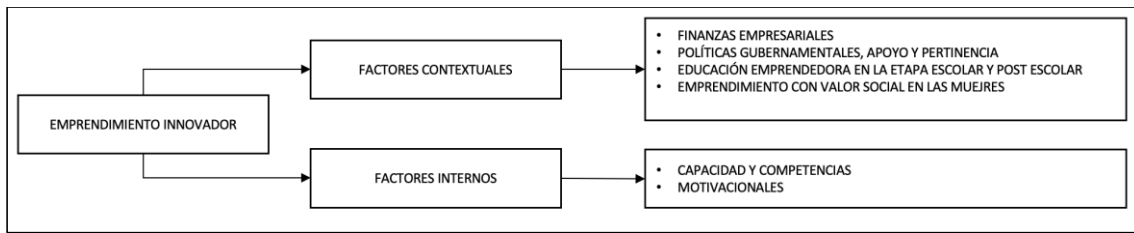
Pablo López & Hernández (2004) refieren a las capacidades y competencias como las habilidades y conocimientos del individuo que resultan de la evolución de las aptitudes desarrolladas a lo largo de su vida, gracias al aprendizaje y la experiencia.

- Motivacionales

En cuanto a las motivaciones para emprender (Shapero, 1985, p. 25), considera que la motivación puede surgir de la desestabilización que generan en las personas diferentes situaciones que les suceden en la vida, bien sea negativas como frustración en un empleo, o positivas como la ganancia de una herencia. Raposo, Do Paço & Ferreira (2008) con el objetivo de identificar el perfil del potencial emprendedor y conocer las motivaciones para crear empresa, realizaron una investigación con estudiantes universitarios. Hallaron como principal factor motivacional la necesidad de autonomía e independencia, derivado de aspectos como la frustración con trabajos anteriores, baja necesidad de apoyo, actitud reacia hacia consultores externos, el deseo de hacer lo que más le gusta, y la posibilidad de seleccionar el trabajo favorito.

En el estudio realizado por López et al. (2004), se incluyó una categoría de motivaciones, siendo las más mencionadas por los encuestados la toma de iniciativa, necesidad de escape, percepción de beneficio económico, autoconfianza, capacidad de conseguir y administrar recursos, impulso o energía. Kirkwood & Brown (2001) encontraron que las principales razones que tuvieron los emprendedores para iniciar su negocio incluían el deseo de independencia, ganar más dinero, satisfacción en el trabajo, tener un desafío y el deseo de ser sus propios jefes.

Figura 1: Actores contextuales e internos del emprendimiento innovador femenino



Fuente: Elaboración propia (basada en la revisión de la literatura)

2.2. La diáspora y su vínculo con el emprendimiento

En esta parte del marco teórico queremos enfatizar el efecto del migrante retornante que durante el periodo de vivencia en el extranjero muchas veces genera un sentimiento de identidad hacia su país natal, esto se denomina como “diáspora”; y que al retornar a su país de origen y convertirse en un emprendedor contribuye al crecimiento de la economía de un país promoviendo la innovación.

Podemos destacar que todo migrante retornante alguna vez fue una diáspora durante su estadía en otro país, pues según la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), define a las diásporas como “migrantes o descendientes de migrantes cuya identidad y sentimiento de pertenencia, ya sean reales o simbólicos, han sido forjados por su experiencia y proveniencia migratorias” (Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018, p. 341). Actualmente el término “diásporas” se utiliza generalmente para describir a aquellas personas que se identifican con un “país”, pero que viven fuera de él (Ibid.) y esa es la definición que será la utilizada para la presente investigación.

Tanto Akman (2007) como Bauböck & Faist (2010) consideran ,además, que las diásporas son un grupo de personas que tienen las mismas costumbres sociales, la misma religión, comparten una misma cultura y son emprendedores natos que se benefician entre sí, cuando llegan a un país completamente nuevo tratan de juntarse, formar lazos de confianza y amistad con gente de su misma comunidad para apoyarse mutuamente y tener éxito en el país de destino, en pocas palabras los une un sentido de superación para luego retornar a su país como empresario innovador. Bauböck & Faist (2010)

Las diásporas suelen crear puentes de contacto entre el país de origen y los emprendedores transnacionales (Rusinovic (2008), Tan, Lai, Huang, Yang, Chen, Hsu, & Tang (2009); Lin & Tao (2012). Este enfoque particular es extremadamente importante, ya que nos permite añadir otro efecto interesante de las migraciones que ha sido poco considerado en los estudios migratorios, puesto que se examina no solo los efectos institucionales, sociales, económicos y políticos que el reconocimiento de los emprendedores transnacionales como nuevos actores puede tener en términos de cambio y transformación en los países de origen. Creemos que las diásporas pueden ser una posible solución a la falta de innovación en los países del tercer mundo especialmente en el Perú, promover a más personas que viven en el extranjero a que regresen a su país de origen a generar empresas y más puestos de trabajo, dinamizar la economía que tanto necesitamos para ser países del primer mundo.

Mejorar las instituciones es importante para asegurar el desarrollo económico y es un enfoque de los esfuerzos gubernamentales en las economías en posconflicto (Williams, 2018). Esto es muy relevante, ya que, si bien las economías necesitadas tratan de impulsar su diáspora, mediante distintos tipos de motivaciones para los emprendedores. Es importante que el entorno económico sea propicio para que ellos puedan establecerse en dicho mercado.

En tal sentido, todo migrante que retorna a su país de origen alguna vez ha sido considerado como diáspora durante su permanencia en un país que no es el suyo. Como se mencionó antes, la diáspora de los migrantes retornantes puede ser de mucha ayuda a nuestro país, incluso puede ser un punto de quiebre, ya que puede marcar un cambio dinámico en nuestro mercado y nuestra economía.

2.2.1. Perfil del migrante retornante

Según Amaya Arciniegas, Arboleda Cañaveral & Hernández Vergaño (2018), el espíritu emprendedor de la diáspora puede beneficiar al país de origen mediante la distribución del capital, conocimiento técnico, expectativas de cómo se deben realizar los negocios, inversión directa y el aprovechamiento de una mayor actividad empresarial.

La diáspora de los emprendedores por lo general está envuelta en la creación de nuevas empresas o la gerencia de las existentes. También, invierten en los emprendimientos de otros; o resultan un modelo a seguir para los emprendedores del país de origen.

El migrante adopta una serie de atributos cuando salen de su país de origen y el mix de estas pueden desencadenar en un proceso de innovación y concretarlo con algún emprendimiento. A través de la teoría revisada se ha identificado algunas características resaltantes del migrante que retorna y se siente motivado a realizar algún tipo de emprendimiento en el país de origen:

Al tener experiencia internacional, el migrante retornante mejora las habilidades y el conocimiento, además que la experiencia de trabajo por cuenta propia en el país anfitrión y experiencia acumulada en ciertas industrias específicas aumentan su visión para detectar oportunidades de emprendimiento. (Amaya Arciniegas, Arboleda Cañaveral & Hernández Vergaño (2018)

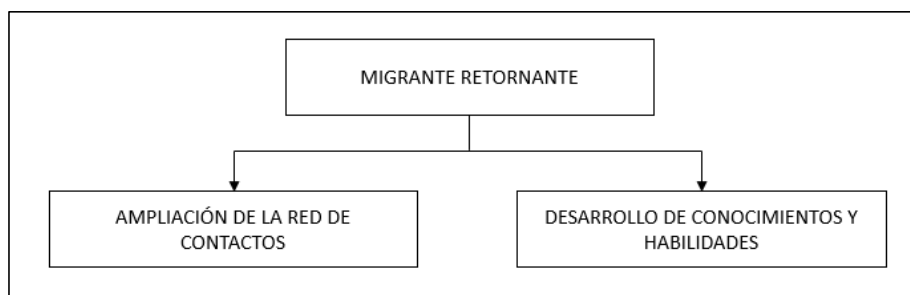
- Al tener una experiencia internacional, el migrante retornante posee facilitadores para los negocios, ya que perciben, comparan y analizan oportunidades y amenazas de manera diferente a la forma en que lo hacen los emprendedores uniculturales. (Montenegro & Valbuena, 2018)
- También se podría mencionar el espíritu empresarial de los migrantes retornantes explorando el papel de los lazos étnicos profesionales y familiares y no familiares en la creación de empresas en los países de origen.
- Además, se puede mencionar el efecto de la diversidad cultural; la experiencia que da vivir en países desarrollados les otorga una visión más amplia que no se tiene en los países de origen. Esto se da porque al estar en economías con mejores oportunidades que atraen una mezcla cultural importante, se tiene migrantes de todas partes del mundo, lo cual contribuye a una diversidad que amplía el desarrollo de conocimiento. (Poblete & Mandakovic (2017).

- El migrante al retornar de una sociedad megadiversa; contribuye a la materialización de las ideas de negocio y de empresa en su país de origen. Mientras más confianza existe en la economía, más ideas emprendedoras se generarán y se materializarán. (Buitrago Herrera, Gómez Sandoval & Noguera García, 2014)

El migrante que retorna a su país de origen, requiere políticas públicas que lo atraigan; el responsable de la implementación de estas es el Estado y a su vez promueve políticas públicas que contribuyan a fortalecer las empresas y los negocios creativos, así como a brindarles las garantías necesarias para que permanezcan en el tiempo y se conviertan en el futuro de la economía del país. Estas políticas, se convierten en el motor de las empresas, ya que en la medida que el emprendedor conozca las reglas, las normas, los beneficios, los derechos, y también, los deberes jurídicos, puede sacar adelante su empresa, su negocio, volviendo exitosa la idea de crecer y hacerla viable en el mercado. (Buitrago Herrera, Gómez Sandoval & Noguera García, 2014)

- Muchos inversores potenciales se desaniman por entornos institucionales inestables, sin embargo, los migrantes retornantes están dispuestos a promover los cambios necesarios para impulsar sus ideas de emprendimiento que permitan el desarrollo de su país de origen. Esta lucha se magnifica para aquellos que viven o han vivido fuera del país porque comparan la estabilidad relativa de su país anfitrión con la de su país de origen. (Williams & Krasniqi, 2018)

Figura 2: Atributos de un Migrante Retornante



Fuente: Elaboración propia (basada en la revisión de la literatura)

La diáspora de los migrantes retornantes es algo que realmente marca la diferencia a la hora de decidir emprender o buscar un trabajo normal. El gran diferenciador es la experiencia vivida y conocimientos adquiridos. Los migrantes que deciden emprender en países como el nuestro o en economías inestables tienen un punto de vista distinto del riesgo que significa emprender. En muchos casos, lo que buscan es incentivar a los demás y sobresalir en el mercado elegido. Los países como el nuestro, deben incentivar este tipo de emprendimientos implementando políticas que hagan funcionar el sistema de forma menos burocrática y puedan agilizar el proceso. Los emprendedores buscan triunfar, pero también buscan que el país en el que deciden emprender los acompañe con el entorno necesario. Por ello, es importante entender la diáspora y su comportamiento empresarial, ya que los casos de éxito podrían replicarse en el país beneficiando a más personas.

En resumen, es importante prestar atención no solo a los efectos institucionales, sociales, económicos y políticos de los emprendedores transnacionales, sino también mirar a los que buscan la transformación en su país de origen. Los integrantes de la diáspora buscan mejorar el entorno y no sólo tener éxito por sí solos, ellos buscan mejorar las instituciones, leyes y aportar económicamente a su país. La diáspora marca la diferencia a la hora de decidir emprender o buscar un trabajo normal. También, buscan dar ejemplo para otros emprendedores o ser un modelo a seguir. Lo antes mencionado puede ser un punto de inflexión para el país y mejorar la infraestructura y procesos para el futuro.

Por otro lado, los migrantes retornantes buscan retornar al país y emprender para transformar, su rol es importante en la sociedad, por ello es importante estudiarlos, ya que no todos regresan a una economía emergente y buscan emprender, sobre todo después de conocer las ventajas de economías más avanzadas. El migrante enfrenta una serie de

retos cuando sale al país de destino, los cuales lo ayudan a obtener experiencias y conocimiento para el futuro, suelen mantener contacto con su país de origen. Con la experiencia internacional, el migrante retornante posee facilitadores para los negocios, comparan y analizan oportunidades y amenazas de diferente manera que los emprendedores que no salieron del país. (Amaya Arciniegas, Arboleda Cañaveral & Hernández Vergaño, 2018)

La diáspora que retorna es determinante por ser cantera de emprendedores innovadores y por lo que pueden contribuir a su país de origen. La importancia de buscar mejorar las distintas instituciones y procesos públicos y privados en el país de origen es algo importante para los emprendedores del futuro. Por esto, la diáspora debe ser valorada, y las economías emergentes deben darse cuenta de la oportunidad que radica en esto y aprovecharlo. Por último, los emprendedores de la diáspora y los que no están incluidos en esta, aprovechan los contactos internacionales para interconectar ideas y potenciar sus emprendimientos. (Light & Gold, 2000)

2.3. Políticas públicas usadas para atraer migrantes y provocar innovación

Los migrantes retornantes traen conocimientos que han adquirido en el extranjero, aportan ideas nuevas adquiridas en su período fuera del país, estos conocimientos novedosos en el país de origen, les permiten conectar las potencialidades de su país de origen con las oportunidades que visualizan.

Resulta importante conocer las causas del retorno y también observar las diversas políticas públicas que han adoptado otros países, buscando ofrecer una motivación para que los migrantes puedan retornar trayendo su *expertise* y *know how* de los países en los que estuvieron. Esta observación es importante para no repetir errores.

Entre el 20% y el 50% de los migrantes que están en países integrantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), retornan a sus países de origen en los primeros cinco años de estancia. (Kulu, H., & González-Ferrer, A. (2014).

En la siguiente tabla se muestran las causas que desencadenan el retorno y luego vemos las políticas ofrecidas por algunos países para atraer su diáspora.

Tabla 1: Causas desencadenantes del retorno y factores clave para la reintegración.

CAUSAS DEL RETORNO	TIPO DE RETORNO	CONDICIONES QUE RODENA EL RETORNO	NECESIDADES	FACTORES CLAVE REINTEGRACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Logro objetivo de ahorro - Finalización de un periodo de estudios y obtención diploma 	Plan cumplido	(En general) Buenas condiciones económicas y anímicas	<ul style="list-style-type: none"> - Información sobre demanda laboral en su sector en origen. - Canales viables para el emprendimiento (acceso a crédito) Restablecimiento a redes 	<ul style="list-style-type: none"> - Duración de la migración. - Reconocimiento sencillo y efectivo de títulos obtenidos y experiencia acumulada. - Apoyo a iniciativa empresarial.
<ul style="list-style-type: none"> - No se encuentra trabajo - Se pierde el empleo - No se gana lo suficiente para sobrevivir y ahorrar 	Plan no cumplido - fracaso	(Posibles) Precariedad	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo económico para regreso - Pagos, deuda adquiridas por migración. - Apoyo psicosocial 	<ul style="list-style-type: none"> - Duración de la migración. - Empleo o no durante la migración. - Impacto psicológico de fracaso, expectativas sobre migrante y allegados.
Cambio en las circunstancias sociopolíticas y/o económicas en los lugares de origen y/o destino.	Adaptación a cambio de contexto. Retorno como opción abierta.	Es un retorno anticipado o imprevisto, pero no necesariamente precipitado ni en condiciones precarias.	<ul style="list-style-type: none"> - Información para preparar la marcha (como, cuando y con qué ayuda). - Información sobre posibilidades de reintegración del migrante y familiares que regresen con él. - Información sobre demanda laboral sobre su sector de origen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a dispositivos de información coordinados ente origen y destino. - Atención integral a la familia migrante. - Acreditación y reconcomiendo, experiencia laboral. - Ayuda organizada al emprendimiento.

Fuente: González Ferrer, 2014

Tomando como ejemplo a países, ahora desarrollados, se ha detectado que hay casos de emprendimientos promovidos y atraídos por los gobiernos locales. Estas personas cuentan con una diversidad de ideas las cuales promueven innovaciones y, sus países de origen cuentan con leyes e incluso beneficios mejores para los emprendedores, así como con grupos específicos destinados a encontrar a los mejores compatriotas fuera y convencerlos de regresar a su país de origen para explotar su talento en él.

Según Herrera y Montoya (2013), los países que poseen leyes más desarrolladas se dieron cuenta que tenían mucho talento nacional en otras partes del mundo, sobre todo en mercados que a ellos les interesaba explotar. Para esto, dictaron una legislación de ayuda a dar facilidades para sus negocios. También, cuando esto no tuvo el suficiente éxito empezaron a buscar el talento y traerlo de regreso a su país.

Por ejemplo, China realizó un cambio enfocado en el mercado global. El gobierno generó un ambiente institucional propicio para la creación y explotación de oportunidades. Este cambio de enfoque generó confianza en generar la creación de empresas, lo cual ayudó al crecimiento del PBI, impulsando a su economía.

Otros aspectos que han contribuido a generar emprendimientos en países como China, Corea del Sur y Singapur, son la rápida difusión del internet y el crecimiento del comercio electrónico. Esto es una ventaja competitiva en economías del primer mundo, ya que con la digitalización de los procesos es más rápido y sencillo poder emprender. La globalización permite que los mercados sean dinámicos y las economías emergentes están en desventaja, ya que además de no contar con la legislación necesaria, también tienen problemas de infraestructura, lo cual perjudica a muchos emprendimientos. (Herrera y Montoya, 2013)

2.3.1 Ejemplos de políticas de atracción de migrantes con efectos opuestos:

Se decidió incluir en este estudio, dos casos de políticas públicas de migraciones, la de Japón y la de Marruecos para ilustrar sus efectos en la industria de ambos países.

2.3.1.1. Políticas públicas de migración para provocar emprendimientos en Japón

A Japón le tardó sólo 20 años sanar sus heridas luego de la Segunda Guerra Mundial y convertirse en un país desarrollado y con una economía con mucho potencial. Luego de las dos bombas atómicas que se dieron en Japón, el gobierno decidió implementar la educación como base del crecimiento a mediano y largo plazo. Una de las políticas adoptadas en el momento eran las becas del gobierno que los japoneses tenían a su

disposición para poder ir a estudiar a las mejores escuelas de negocios, ciencias y tecnología del mundo.

Dicha política ayudó a que cuando estos japoneses retornaron traían conocimientos muy sólidos y experiencias en empresas multinacionales de EE. UU. y Europa que les permitía crear emprendimientos en Japón, así nacen marcas que hoy son mundialmente reconocidas tales como: Toyota, Panasonic, Yamaha.

Después de la Segunda Guerra mundial, Japón cambió sus estrategias migratorias, hacia Latinoamérica, hubo dos prioridades de política exterior (Redalyc org., 2006):

- Prioridad migratoria: Promover y dinamizar la migración de japoneses para reforzar lazos con países latinoamericanos.
- Prioridad económica: Impulsar la actividad económica mediante el comercio con los países latinoamericanos (ampliar mercados).

2.3.1.2. Políticas públicas de migración para provocar emprendimientos en Marruecos

El artículo de Ricard Zapata-Barrero y Zenia Hellgren (2020) evalúa los cambios en el paradigma de la política marroquí en relación con la política de participación de la diáspora.

Uno de sus principales hallazgos es que el enfoque marroquí del desarrollo económico es un enfoque basado en el retorno impulsado por instrumentos estatales tradicionales para promover la pertenencia y un sentido de identidad marroquí (nacional y / o religioso). Pero el análisis empírico exploratorio de los autores refleja que la mayoría de los emprendedores que buscan desarrollar sus proyectos empresariales en su país de origen, se guían por razones pragmáticas más que por fuertes sentimientos de identidad nacional, contrariamente a la narrativa general de las políticas de participación de la diáspora marroquí. Concluyen que muchas de las deficiencias de la política de participación están relacionadas con el hecho de que la filosofía que la sustenta está demasiado impulsada por la economía, sin contemplar el papel potencial que los marroquíes que viven en el extranjero podrían desempeñar en la reforma política y la democratización de Marruecos. Señalan que hay muchas iniciativas para ayudar a los emprendedores transnacionales de Marruecos, pero también muchos órganos institucionales con poca coordinación, por lo

que la competencia entre ellos es grande, con más énfasis en ser la mejor iniciativa que en el resultado real. Además, los autores señalan una falta de coherencia en las políticas de la zona, ya que los funcionarios gubernamentales alientan a los migrantes a permanecer en los países de acogida para ayudar a la economía y a volver a casa y trabajar a tiempo completo en Marruecos.

El enfoque basado en el retorno es unidimensional y la forma en que las iniciativas políticas marroquíes se propusieron para atraer a ciudadanos calificados reflejan una brecha entre las expectativas y los resultados, es un claro ejemplo de políticas de Estado erróneas.

Los migrantes retornantes fueron un factor determinante para el rápido crecimiento económico de Japón y podría resultar significativo aplicar esas políticas públicas en otros países adaptándose a la cultura de cada sociedad.

En resumen, las políticas públicas en función al retorno de los migrantes pueden motivar dinamizar la economía haciendo que el país cuente con mayor competitividad frente a sus pares, esto debido a emprendimientos innovadores, donde no solamente surge una idea innovadora sino también procesos, prácticas, culturas y estilos de gestión que de cierta manera no sólo impacta dentro de la organización sino se extiende para los demás *stakeholders*.

Estas políticas públicas no sólo deben aplicarse para los migrantes que cruzan la frontera de sus países de orígenes, también debería desarrollarse en un contexto interno. En 2020, por la covid-19 muchos peruanos que migraron a Lima por estudios han regresado a sus provincias de origen y están desarrollando emprendimientos innovadores en esas ciudades a partir del *know how* que aprendieron en Lima, haciendo que esas provincias puedan elevar el nivel de competitividad y productividad generando una ventaja no sólo para la provincia sino a nivel nacional.

2.4. Factores que mueven a la diáspora emprendedora

Las investigaciones realizadas concluyen que la intención emprendedora está determinada por un conjunto heterogéneo de factores intrínsecos y extrínsecos (Tarapuez, 2016; Teixeira, Lopes, Rodrigues y Guerra, 2018; Trivedi, 2017), es decir, que esta se

explica por medio de varios aspectos que en su conjunto definen porqué unas personas tienen mayores intenciones para crear un emprendimiento innovador.

Al adentrarnos a la teoría acerca de los factores que mueven a la diáspora emprendedora, encontramos que la diáspora de los emprendedores se basa también, en el capital social. El capital social involucra los recursos reales y potenciales derivados de las redes sociales. Estas redes permiten a los emprendedores identificar y explotar oportunidades tanto nacionales como internacionales (Arenius & De Clercq, 2005). En muchas ocasiones las redes sociales sustituyen a las instituciones importantes en economías emergentes donde las leyes son poco desarrolladas para los emprendedores. Los lazos personales descentralizados de la diáspora altamente calificada en las economías desarrolladas permiten iniciar empresas, asociados a diferentes grupos originados por parentesco, amistad u otro tipo de vínculo; las relaciones personales ayudan a generar una "confianza rápida" y establecer vínculos o coordinación de las actividades económicas entre los países de origen y de acogida. (Pruthi & Wright, 2019).

Las actividades empresariales también están influenciadas por su contexto social, especialmente familiar. Los lazos familiares pueden influir en las estrategias comerciales en la etapa de establecimiento (Vissak, Zhang & Ukrainski, 2012). Ambos, los aspectos económicos y las acciones no económicas están "socialmente arraigados"; así, los lazos comerciales y sociales están entrelazados.

Por otro lado, si hablamos de la estructura y red de empresarios migrantes, los emprendedores retornantes aprovechan los contactos hechos en los países en los que ganaron experiencia para tener mejores ideas o incluso interconectar las ideas de emprendimiento que tienen en mente.

En ocasiones la idea de emprendimiento fue pensada basándose en el mercado del que retornan y aprovechan la motivación para llevarla a su país de origen. Los empresarios individuales de la diáspora construyen la idea y la decisión de inversión. Hallazgos previos indican que la decisión involucra fuerzas complejas entrelazadas que también se basan en las emociones y factores socioculturales (Elo & Jokela, 2014). La diáspora emprendedora de origen del país desarrollado es menos confinada y potencialmente más tolerante al riesgo, que la diáspora emprendedora de origen en países en desarrollo o emergente. Por ello, es importante aprovechar los conocimientos y contactos hechos en los países en los que los migrantes ganaron experiencia, los cuáles contribuyen con el

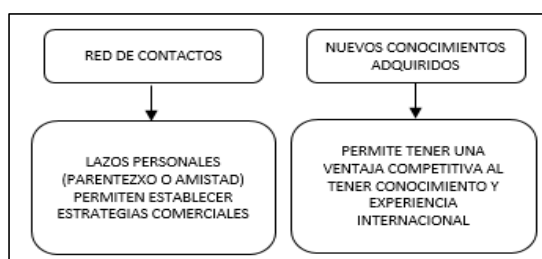
emprendimiento mucho más de lo que parece. El fenómeno del emprendimiento transnacional implica una estructura de oportunidades distinta, que permite a esos migrantes que fundaron y mantuvieron negocios para beneficiarse de 'dos mundos' como un factor crucial para la supervivencia, una forma de ruptura, y/o un método para proporcionar una ventaja competitiva (Terjesen & Elam, 2009).

Por otra parte, si ponemos atención en impulsar el crecimiento económico del país de origen, muchos emprendedores vuelven al país de origen para impulsar la economía y también ser un modelo a seguir para otros emprendedores.

Los empresarios que retornan a su país de origen para fundar un emprendimiento tienen más probabilidades de fundar empresas que 'nacen globales' (Oviatt & McDougall, 2005). Las empresas que nacen globales tienen una idea concebida completamente distinta a las empresas tradicionales, los emprendedores innovadores buscan impulsar este tipo de empresas en su país de origen. De esta manera, también impulsan la apertura de mercado y no solo enfocarse en uno cuando se puede enfocar en varios a la vez. La globalización es lo que impulsa, hoy en día, los mercados del mundo, sin importar la distancia o la hora.

Los factores mencionados arriba son los que más se repiten en torno a la decisión de retornar al país de origen para emprender. Los mismos factores marcan una diferencia con los emprendedores locales que no tienen el mismo conocimiento que los retornantes. El lado positivo de esto es que los migrantes retornantes crean emprendimientos innovadores que luego sirven de modelo a los emprendedores locales y adicionalmente desarrollan alianzas estratégicas para capacitar e incorporar a sus procesos a otros actores, menos favorecidos a los que quieren servir.

Figura 3: Principales factores que mueven a la diáspora emprendedora.



Fuente: Autores de esta tesis

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En nuestro país cuatro de cada diez ciudadanos quieren emprender un negocio, según un estudio de ESAN. El emprendedor peruano se caracteriza por ser ingenioso, creativo y siempre dispuesto a encontrar soluciones, muchas veces en un contexto financiero adverso. En nuestro país, la proporción de emprendimientos por oportunidad viene incrementando; actualmente el 73.2% son de oportunidad y sólo el 23.1% son de necesidad (GEM 2018/2019), a pesar de continuar siendo uno de los países más emprendedores del mundo y contar con gran confianza para emprender, la mayoría de los emprendimientos no se convierten en negocio consolidado y además el nivel de innovación es muy bajo, por ello tienen muy poco impacto en el desarrollo del país.

De acuerdo con los antecedentes teóricos descritos, pareciera que Perú no es un país con condiciones propicias para fomentar los emprendimientos innovadores de nuestros propios compatriotas, sin embargo, factores internos como contextuales del emprendedor y ciertos atributos que tienen consigo aquellos migrantes que retornan a su tierra natal es una combinación casi perfecta para dar ese empuje que les permite seguir adelante con sus iniciativas, pues pareciera que el estar fuera del país, fomenta el sentimiento patriota de ver el crecimiento de su nación y ser parte de ese cambio que permita asemejarse o incluso estar a la par de ese país desarrollado que algún día los acogió, y que todas las experiencias y aprendizajes obtenidos en el extranjero permita aportar al cambio, ayudar a su gente y la sociedad.

La literatura estudiada limita, en gran parte, definir de manera asertiva si las teorías existentes basadas en otras economías, son suficientes para explicar los emprendimientos innovadores generados por migrantes retornantes a países tan particulares como el Perú.

3.1. Metodología de casos

Cómo se ha explicado en los acápite anteriores, el tema de investigación se centra en el deseo de conocer qué características especiales tienen los migrantes peruanos que deciden retornar y crear emprendimientos innovadores en el país.

La aplicación del método de casos es una herramienta utilizada en las ciencias sociales para profundizar en la identificación de los factores que hacen posible un fenómeno. Las ventajas de su aplicación permiten realizar un contraste entre la perspectiva epistemológica y los hechos de la vida real e identificar, entre otras cosas, posibles sesgos de los supuestos dados por la teoría del conocimiento científico. En nuestro entorno existen relaciones que vinculan causas con efectos y estas relaciones podrían ser estudiadas mediante casos ya que es un método que muestra una perspectiva cercana al realismo.

Nuestra pregunta de investigación es ¿Cómo es que el migrante retornante contribuye en la generación de emprendimientos innovadores en un país emergente como el Perú?

Para responder a esta pregunta de investigación, nos apoyamos en Ying (2013), que sugiere que el método más apropiado para responder a preguntas de tipo Cómo y porqué es el método de casos. El mismo autor sugiere que al usar el método de casos, se puede optar por elegir un solo caso emblemático, si este existiera o recurrir al método de casos múltiples para encontrar patrones explicativos semejantes.

Es preciso mencionar que el método de casos no pretende hacer estudios a nivel de la población, como los conocidos estudios de corte transversal y estadístico. En este tipo de metodología, lo que se busca es mejorar la teoría existente y ofrecer propuestas explicativas a fenómenos inusuales o emergentes, como el caso de los emprendimientos de los migrantes retornantes. Para ofrecer explicaciones se realiza un estudio del proceso seguido, de corte longitudinal retrospectivo, buscando identificar el origen del fenómeno a ser estudiado.

Adicionalmente la teoría existente referente a las innovaciones, proviene, en su mayor parte de estudios realizados en países desarrollados como Estados Unidos o La Unión Europea, países emergentes como China y Corea del Sur que cuentan con tecnología avanzada; sin embargo no existe mucha literatura específicamente para Latinoamérica y con mayor énfasis en el Perú, que defina de manera asertiva si las teorías construidas en base a otras economías, aplican de manera adecuada y funcional para países con características tan particulares como el Perú.

Según explica Eisenhardt, el método de casos se basa en la inducción, es decir, la generación de conjuntos de proposiciones formales a partir de la evidencia del estudio de

caso, y se presenta como adecuado para situaciones en las que se sabe poco sobre un fenómeno o donde las perspectivas actuales son contradictorias o confusas, y donde, por lo tanto, se puede ver que la evidencia del estudio de caso aporta una nueva perspectiva. Al mismo tiempo, y siguiendo a Ying (2013), la discusión de la investigación de estudios de casos múltiples, enfatiza una lógica de replicación en la cual diferentes casos de actualidad se contrastan y se examina de forma retrospectiva, los eventos que permitan verificar y elaborar relaciones teóricas desarrolladas a partir de los mismos.

3.2. Instrumentos y protocolos

Al tener la metodología definida, se procederá a explicar la estrategia y el protocolo a aplicar en la investigación que se aplicará sobre los casos elegidos, así como los instrumentos utilizados en la recolección y pre-análisis de los datos.

3.2.1. Diseño y tipo de Investigación

El análisis de entrevistas hechas a personas exitosas peruanas que estuvieron en el extranjero y regresaron al país motivados por el sentimiento de amor hacia la patria, una investigación profunda de sus organizaciones, el análisis minucioso de gestos, y la idiosincrasia, nos ofrecen un panorama suficiente para emitir una conclusión o propuesta explicativa del perfil del migrante retornante peruano y su efecto en la aparición de emprendimientos innovadores.

La presente tesis para optar el título de magíster tiene un alcance descriptivo y exploratorio. Es descriptivo puesto que busca identificar los principales factores del migrante retornante que influyen en la creación de emprendimientos innovadores. Buscamos describir a través de esta investigación las características y los factores claves del surgimiento de las mismas.

Es exploratorio, porque profundiza la indagación al querer encontrar de qué manera el migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú, así mismo, poder validar aquella literatura encontrada en otros países y contrastarla con la realidad peruana.

3.2.2. Preguntas y proposiciones de la investigación

La revisión de la literatura existente referente al emprendimiento innovador indica la importancia del contexto como factor importante en la realización de estos, pero los estudios en que se basa se han realizado en países avanzados e innovadores, dejando abierta la pregunta respecto a su validez en países menos avanzado o emergentes como el caso de Perú. Ya se ha dejado en claro que el método más apropiado para responder a ello es el método de casos; por tanto, en este estudio la pregunta de investigación es: ¿Determinar de qué manera el migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú? En base a la literatura revisada, se ha formulado la Tabla 2, en el cual agrupa los factores internos y contextuales que afectan a los emprendedores innovadores, definiéndose las siguientes proposiciones:

Tabla 2: Factores Internos y Factores Contextuales.

Factores Internos			
Elemento	Dimensión	Proposición	Referencia
Características internas de una emprendedora innovadora	Capacidad y competencias	1. Las capacidades y competencias como las habilidades y conocimientos impulsan al individuo a generar emprendimientos.	López et al. (2004)
	Motivacionales	2. La motivación es un factor que propicia la aparición de emprendimiento innovadores.	Montoya y Vélez (2014)
Atributos de un migrante retornante	Ampliación de la red de contactos	3. La red de contactos desarrollada durante la experiencia internacional contribuye en el nacimiento de emprendimientos.	(Elo, 2016)
	Desarrollo de conocimientos	4. El migrante retornante mejora sus habilidades y conocimientos los cuales son un recurso importante en el proceso emprendedor.	(Beshick and Williams, 2018)
Factores Contextuales			
Elemento	Dimensión	Proposición	Referencia
Características contextuales de una emprendedora innovadora	Finanzas empresariales	5. Existe disponibilidad de canales de financiación para emprendedores.	Reporte 2018/2019, del Global Entrepreneurship Model (GEM)
	Políticas gubernamentales, apoyo y pertinencia	6. Las formulaciones de políticas mejoran las condiciones del emprendedor y de la empresa.	
	Educación para el emprendimiento en la etapa escolar y post escolar	7. Las instituciones educativas en la etapa escolar y post escolar inculcan a los estudiantes el espíritu empresarial.	Brieger et al. (2019)
	Oportunidades que ofrece el mercado interno para reducir brechas de inequidad	8. La existencia de inequidades sociales y problemas ambientales alienta la realización de los emprendimientos de orientación social de las mujeres.	

Fuente: Autores de la tesis

3.1.1. Unidad de Análisis

La unidad de análisis para la presente investigación ha sido definida como la emprendedora innovadora, para lo cual se estudiarán los factores internos y contextuales que provocan su aparición.

3.1.2. Criterio de Selección de Casos

Al ser esta investigación de naturaleza cualitativa, se contrastará 2 casos, uno de ellos es de una migrante retornante y el otro es de una emprendedora que deliberadamente se provee de esa experiencia y exposición internacionales para mejorar y asegurar su emprendimiento. De acuerdo al autor Neergaard & Ulhøi, 2007). Los criterios utilizados para la selección de las empresas son los siguientes:

- Tiempo de vida de la empresa superior a los 3 años
(Colegio Ann Sullivan y Wasi Organic cumplen con este requisito)
- Empresas alineadas con la normativa del estado
(Colegio Ann Sullivan y Wasi Organic cumplen con este requisito)
- Actividades innovadoras caracterizadas por la generación de una tecnología propia, constituyéndose como su ventaja competitiva.
(Colegio Ann Sullivan y Wasi Organic cumplen con este requisito, pues son modelos innovadores basados en la experiencia internacional del migrante al momento de salir del país de origen)
- Potenciales pioneros en su campo de acción.
(Colegio Ann Sullivan y Wasi Organic cumplen con este requisito)
- Alta posibilidad de acceder a información y/o entrevistas con personas claves que contribuyan a la presente investigación.
(Colegio Ann Sullivan y Wasi Organic cumplen con este requisito)
- Empresas de diversos rubros para evitar homogeneidad
(Colegio Ann Sullivan y Wasi Organic cumplen con este requisito)

De esta manera podríamos contrastar nuestras proposiciones en situaciones diferentes evitando así confusiones o errores a la hora del análisis.

3.1.3. Ventajas del estudio de casos

El método de casos es una herramienta utilizada en las ciencias sociales en donde se profundiza en la identificación de los factores que hacen posible un fenómeno.

Las ventajas de su aplicación permiten realizar un contraste entre la perspectiva epistemológica y los hechos de la vida real e identificar, entre otras cosas, posibles sesgos de los supuestos dados por la teoría del conocimiento científico y/o nuevas explicaciones al fenómeno.

En nuestro entorno existen relaciones que vinculan causas con efectos y estas relaciones podrían ser estudiadas mediante casos ya que es un estudio que muestra una posición cercana al realismo.

Al realizar una investigación, se debe elegir qué método es el más apropiado para ser aplicado, para ello se deberá considerar ciertas condiciones como, por ejemplo, el tipo de pregunta de investigación que se pretende responder, si las preguntas contienen el “cómo” o “por qué”, son más explicativas e inducen al investigador a aplicar el estudio de casos.

Yacuzzi (2015) plantea que, el método de casos propone la generalización y la inferencia hacia la teoría, y no permite generalizar sus conclusiones a toda una población, pero en cambio permitirá desarrollar la base una nueva teoría o mejora de la existente. Las teorías permiten organizar y acumular conocimientos consolidados en el pasado, como por ejemplo la recopilación bibliográfica de trabajos previos, complementados por la observación y el know-how de los expertos.

3.1.4. Métodos de recolección de datos

La presente investigación es un estudio descriptivo y exploratorio, según Ying, William (2013) existen 4 pruebas de calidad para validar un diseño de investigación, los cuales son: validez interna, validez constructiva, validez externa y confiabilidad. Nuestro estudio al ser descriptivo y exploratorio requiere satisfacer dos de estas 5 pruebas: Validez constructiva y la de confiabilidad, los restantes son aplicados los estudios explicativos o causales.

- **Validez constructiva**

Está basado en la recolección de datos y el uso de múltiples fuentes de información, así como informantes clave, para un mismo caso de estudio, esto permite que las convergencias encontradas sean robustas y puedan ser validadas o desestimadas.

El autor YIN (1994) sugiere la utilización de múltiples fuentes de datos, entre ellos, aplicar en la investigación el principio de triangulación para garantizar la validez interna, el cual permite corroborar si los datos obtenidos a través de las diferentes fuentes de información guardan relación entre sí (principio de triangulación); es decir, si desde diferentes perspectivas convergen los efectos explorados en el fenómeno objeto de estudio, ofreciendo validez constructiva.

- **Confiabilidad**

La presente investigación cuenta con un protocolo riguroso de investigación, que permite en todo momento asociar las proposiciones teóricas a todas las etapas de la investigación, plasmados en la Tabla 1, los mismos que pueden ser replicados por otros investigadores.

Durante la investigación se ha mantenido el seguimiento a la cadena de evidencias, gracias al reparto de roles entre los integrantes del equipo de investigación; uno conduciendo la entrevista y los otros observando y siguiendo la misma, para luego reforzar la indagación en los casos que se requería. Con el propósito de poder brindar confiabilidad, se definió el protocolo del caso, se procedió a la organización de la base de datos de cada uno y se continuó con la cadena evidencias. El protocolo está plasmado en la Tabla 2, la base de datos se conformó con las entrevistas realizadas al migrante retornante que a su vez es un emprendedor innovador.

- **Validez interna**

Al tratarse de un estudio descriptivo-exploratorio, no requiere de esta validación; no obstante, lo anterior, la presente investigación buscaba esbozar patrones que coincidan con la teoría y aceptar o rechazar proposiciones que explicaran la ocurrencia del fenómeno de estudio, acordes con la revisión de la literatura

realizada; o encontrando explicaciones que ofrecen mejor explicación de la realidad propia de los sujetos de estudio.

- **Validación externa**

Es necesaria en los estudios explicativos y no aplica a nuestro estudio. Sin embargo, y dada la riqueza de nuestros casos, que se fundamentan en teorías que funcionan en países desarrollados, decidimos aventurar algunas explicaciones en nuestras conclusiones para lo cual usamos la lógica de replicación, a fin de identificar si aquello que funcionaba en un caso, se replicaba en el otro y proponer la realización de otros estudios que corroboran lo encontrado.

Para ello aseguramos como primer paso el haber partido de un marco teórico robusto, así mismo, los estudios de casos han sido cuidadosamente elegidos, partiendo de condiciones iniciales similares, como ser provenientes de la misma incubadora y contar con una propuesta además de innovadora con base tecnológica, y dirigida a mercados empresariales (B2B).

Así mismo, cada caso es abordado de manera individual, generando propias conclusiones en interrelación con el marco teórico, para posteriormente ser contrastada entre casos y lograr así la generalización analítica en base a los hallazgos.

3.1.4.1. Entrevistas

Según Benadiba y Plotinsky (2001, p. 23, citado por Dalle, Boniolo y Sautú, 2005) señalan que “La entrevista es una conversación sistematizada que tiene por objeto obtener, recuperar y registrar las experiencias de vida guardadas en la memoria de la gente. Es una situación en la que, por medio del lenguaje, el entrevistado cuenta sus historias y el entrevistador pregunta acerca de sucesos, situaciones”.

Las entrevistas fueron planificadas y organizadas por los integrantes del equipo de tesis, para ello inicialmente se investigó todas las fuentes secundarias posibles con la finalidad de conocer el contexto del caso en estudio, posterior a ello, se procedió a elaborar un cuestionario abordando los puntos tratados en la Tabla 2. Referente al tipo de entrevista desde el punto de vista de organización y estructura se optó por las entrevistas semiestructuradas, las cuales pueden variar en cuando al orden y la forma

de realizar las preguntas, y pueden ser flexibles en cuanto a información y desarrollo, permiten añadir preguntas nuevas a medida que avanza la entrevista, ofreciendo a las entrevistadas un espacio para presentar su punto de vista con un margen de flexibilidad.

- Entrevista a Martha del Rio – Fundadora de Wasic Organic (Sociedad Anónima - Cerrada)
- Entrevista a Liliana Mayo – Fundadora de Centro Ann Sullivan del Perú (Empresa sin fines de lucro)

Los autores de esta tesis utilizaron una Guía de Entrevista basado en los aspectos de la teoría analizados en el capítulo anterior. (Ver Anexo 1)

3.1.5. Comparativos de casos

Tabla 3: Comparativo del perfil de las emprendedoras.

Características	Ann Sullivan del Perú	Wasi Organics SAC
Emprendimiento	Ann Sullivan	Wasi Organic
Formación Pregrado	Psicología, UNMSM	Administración, Universidad Autónoma de Madrid
Formación Post grado	Maestría: Desarrollo Humano y Vida Familiar Doctorado: Desarrollo Humano y Vida Familiar Ph.D:	Maestría: Administración MBA: INSEAD
Estado Civil	Divorciada	Casada
Número de Hijos	1 Hijo	2 Hijos, (M, H)
Cantidad de hermanos y hermanas	2 hermanos médicos	4 (2H, 2M)
Antecedentes familiar de emprendimiento	Padres propietarios de farmacias y ayudaban a las personas necesitadas	Ayudaban a personas de bajos recursos con donaciones, aportes a ONG, etc. en Perú.
Experiencia internacional	Estudios de Maestría y Doctorado en la Universidad de Kansas.	Estudios de Maestría en Francia y experiencial laboral en España, Londres, Alemania e Inglaterra.
Años de experiencia internacional	42 años	20 años
Decisión de retornar al su país de origen	Fue a estudiar al extranjero debido a que necesita obtener mejores conocimientos para regresar y brindarlos en su centro psicológico	Había cumplido sus objetivos educativos y profesionales en el extranjero y empezó a cuestionarse ¿Qué impacto tenía ella como persona?

Características	Ann Sullivan del Perú	Wasi Organics SAC
Decisión de emprender	Ayudar a las personas del callao con pocos recursos y tener su propio Centro	Marta se sentía desilusionada con el mundo corporativo y no quería seguir haciendo más de lo mismo.
Modelos inspiradores	Modelo de aprendizaje de familia	Modelo de aprendizaje de familia
Valores personales	Emprendedora, Responsable, Esfuerzo, le encanta sobresalir, ella busca soluciones a los problemas, y siempre está innovando	Urgencia de generar impacto, las ganas de cuestionar paradigmas, el amor patrio y el sentido de responsabilidad
Edad en la que emprende	27	50
Edad actual	69	57
Reconocimientos personales	<ul style="list-style-type: none"> • Orden El Sol del Perú en el Grado de Comendador, la más alta distinción del Gobierno del Perú al servicio realizado por un civil. (2007) • Ashoka Fellowship por su trabajo en el desarrollo del programa de educación a distancia del Centro Ann Sullivan del Perú. (2005). • Premio Reina Sofía de España, Área de Integración y Rehabilitación (1999). • Premio Esteban Campodónico, en la categoría de Actividad Profesional Destacada. (1996) 	<ul style="list-style-type: none"> • ONU - Reconocida como una de las cinco mujeres más emprendedoras del planeta (2018). • CONFIEP - Distinguió a cuatro mujeres por su aporte a la sociedad y al desarrollo de la actividad empresarial. (2019).

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Perfil de las empresas.

Empresa	Ann Sullivan del Perú	Wasi Organics SAC
Emprendedora	Liliana Mayo	Marta Del Rio
Sector de emprendimiento	Sector educativo Educación para personas con habilidades diferentes	Sector alimentación Snacks saludables
Tipo de emprendimiento	ONG	SAC con enfoque social
Año de fundación	1979	2014
Socios	Es ONG	Gianina Gandullia
Público objetivo	Nacional e internacional	Internacional
Descripción de la empresa	El centro Ann Sullivan es un centro de educación especial para niños con síndrome de dow, autismo, parálisis, etc.	Wasi Organics produce alimentos orgánicos usando superalimentos que compra directamente a asociaciones de pequeños agricultores en la sierra y selva peruana.
¿Cuál es el problema que busca solucionar la empresa?	Ser el mejor centro especial y el más reconocido internacionalmente	Incorporar a pequeños agricultores andinos a la cadena de abastecimiento, y así mejorar sus condiciones de vida y a la vez proteger el medio ambiente mediante la promoción de la agricultura orgánica y alimentación saludable
¿Cómo resuelve la empresa los problemas sociales, ambientales, educaciones, etc?	Cada vez que se presenta un problema siempre existe la forma de solucionarlo, mayormente innovando el tipo de programas que se usa o los métodos que ejerce el centro para poder internacionalizarse Siempre buscan personas que tengan las mejores intenciones de mejorar el centro y dejar un conocimiento en el o alguna mejora, personas que aman lo que hacen.	Desea solucionar la baja oferta de productos sin pesticidas (certificados orgánicos) que además tengan un perfil nutricional alto y que sean deliciosos. Y aliviar la falta de una salida al mercado para las cosechas de muchas pequeñas asociaciones de productores para la seguridad de un ingreso estable todo el año.
Premios	<ul style="list-style-type: none"> • Premio Alcatel a la Innovación. (1999). • Premio Paul Harris de Rotary International. 	<ul style="list-style-type: none"> • Premio al mejor nuevo producto orgánico en la Feria Natural Organic Products Europe Londres (2019). • Finalista Concurso Creatividad Empresarial UPC (2017). • Premio a la Innovación – Categoría Snacks (2015).
Número trabajadores directos	23 consultores nacionales e internacionales	20
Número de trabajadores indirectos.	Más de 400 padres de familia en la localidad de Lima	400 pequeños agricultores de la Sierra y Selva peruana.

Fuente: Elaboración propia

3.3. Análisis de los dos casos de estudios

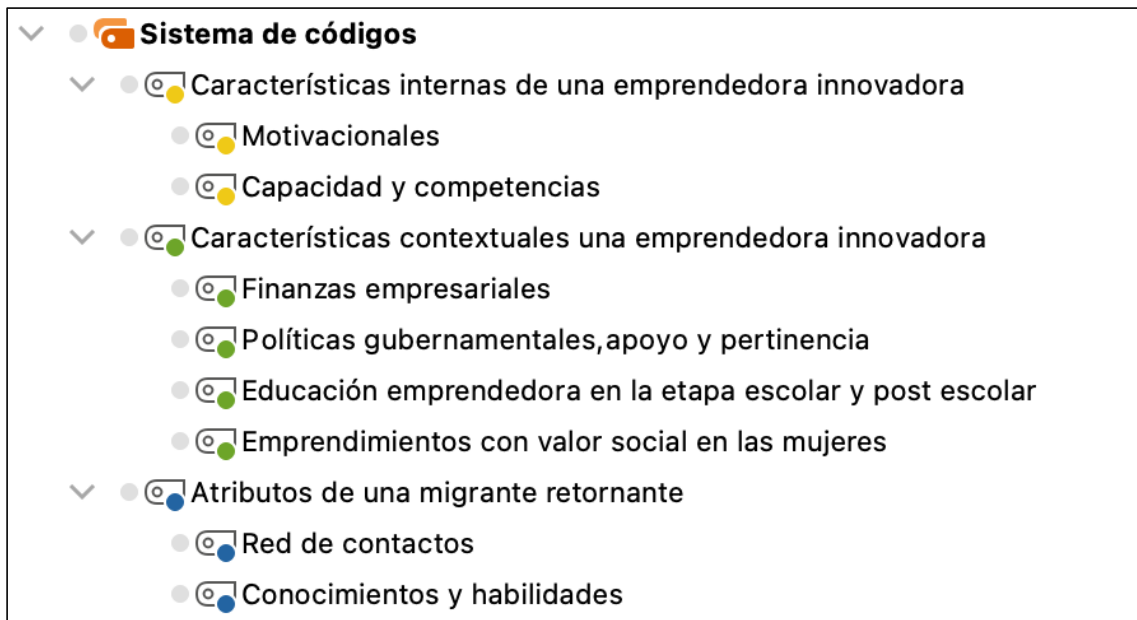
Los casos de estudio “Wasic Organic” y el “Centro Ann Sullivan del Perú” serán analizados de acuerdo a las dimensiones identificadas durante el proceso de revisión del marco teórico y mediante un sistema de codificación serán asociadas con cada dimensión, elemento y proposición descritos en la Tabla 2.

Las codificaciones y sub codificaciones permiten enlazar los hallazgos a las proposiciones iniciales a ser validadas, manteniendo la rigurosidad de la metodología que puede ser replicable para nuevos casos de estudio bajo la misma pregunta de investigación.

3.3.1. Codificación

En esta parte de la investigación se procedió a realizar la codificación tomando en consideración los elementos identificados en la Tabla 2: Factores Internos y Factores Contextuales.

Figura 4: Codificación.



Fuente: Autores de la tesis

3.3.2. Estrategia de la investigación

La metodología aplicada en la presente investigación nos permite a través de la data e información recopilada juntamente con las proposiciones realizadas, y determinar de qué manera el migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú.

La Tabla 5, muestra un breviario de la metodología que ha sido aplicada para esta investigación.

Tabla 5: *Resumen de la metodología aplicada*

Pregunta de investigación	¿Cómo es que el migrante retornante contribuye en la generación de emprendimientos innovadores en un país emergente como el Perú?
Metodología de investigación	Estudio de casos múltiples y descriptivo
Unidad de análisis	La emprendedora innovadora
Proposiciones	Ver Tabla 2
Casos	2 emprendimientos innovadores
Técnicas de recolección	Entrevistas semi-estructuradas y cuestionario
Entrevistados	Directivos y fundadores
Estrategia de análisis	Triangulaciones para corroborar/rechazar las Proposiciones teóricas
Lógica de estudio	Análisis cruzado, coincidencia de patrones
Diseño del estudio de Casos	Diseño de Casos Múltiples Integrado
Periodo de tiempo	Retrospectiva
Criterios para interpretar resultados	Uso de la teoría sobre países desarrollados Determinar de qué manera el migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú.

Elaboración: Elaboración propia

4. PRESENTACIÓN DE LOS CASOS

En el presente capítulo presentaremos dos casos de emprendimientos innovadores peruanos, tenemos a Marta del Río, una fuente de inspiración como persona y como emprendedora. Se trata de una mujer quien ha apalancado su emprendimiento mediante su identidad y ha construido una empresa social o en sus palabras “una empresa diferente” como medio para generar un cambio en la sociedad.

Tenemos a Liliana Mayo es una mujer emprendedora, aguerrida, preocupada por la sociedad, focalizada en las personas que tienen menos oportunidades debido a su condición, es por ello que decide fundar el Centro Ann Sullivan del Perú, debido a que no había instituciones en el Perú que ofrecieran servicios educativos a personas con autismo, retraso en el desarrollo o problemas de conducta severos. Eligió el nombre Ann Sullivan en honor a Anne Sullivan Macy, profesora de Hellen Keller, reconocida autora y activista con ceguera y sordera.

Es importante a nivel del país determinar cuál es la estrategia correcta para que el Estado, las universidades tanto privadas o nacionales pueden unir fuerzas, cooperar con un único objetivo, formar emprendedores exitosos, atraer de nuevo al talento peruano que se fue al exterior en busca de mejores oportunidades y una educación superior a la que existe acá, entender cuál es motor que los impulsa a emprender, como piensan y qué es lo que necesitan para desarrollar sus ideas innovadoras que tengan un fuerte impacto en la sociedad como estas dos mujeres y madres guerreras que están cambiando el ecosistema donde tiene injerencia sus emprendimientos, por un lado Marta Del Rio con las comunidades andinas al pagar precios justos por sus productos y así puedan tener un estilo de vida digno y por otro lado Liliana Mayo que dedica su esfuerzo, pasión y amor ofreciendo una educación de calidad a personas especiales, ofreciéndoles la oportunidad de que se sientan amados y queridos por todos, así como ofreciéndoles autonomía.

4.1. Caso de estudio N° 1:

Wasi organics

El presente caso analizará a la emprendedora peruana Marta del Río y su empresa Wasi Organics fundada en el 2014 junto con su socia Gianina Gandullia.

La finalidad del estudio es determinar de qué manera el migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú.

Ello permitirá identificar posibles factores contextuales e internos que impulsan a los migrantes, que algún día fueron diásporas y que al retornan a su tierra natal se sienten motivados para iniciar un emprendimiento innovador.

4.1.1. Introducción

Wasi Organics es una empresa peruana fundada en el año 2014 por Marta del Río y su socia Gianina Gandullia con la convicción de que una empresa puede ser rentable y a la vez generar un impacto positivo en el ambiente y la sociedad.

El modelo de negocio de Wasi Organic consistió en crear una empresa de alimentación orgánica apalancada en la riqueza de la biodiversidad peruana y en la excelencia culinaria con impacto en el sector agrícola principalmente.

Wasi Organics se dedica a la producción y venta de alimentos orgánicos nativos del Perú, destacándose por 4 particularidades: Primero, por utilizar superalimentos en todos sus productos promoviendo la agricultura orgánica, segundo por crear una cadena de suministro inclusiva ofreciendo precios justos a los intermediarios y asistencia técnica para mejorar la calidad y productividad de sus cosechas, tercero por ser una empresa que desde su génesis nació global pues tenía como objetivo la internacionalización y por último por ser un emprendimiento con impacto social en el Perú y tener la motivación de convertirse en un agente de cambio en la sociedad.

A continuación, se desarrolla un estudio del caso de la empresa Wasi Organics y de su fundadora y directora Marta del Río. A lo largo del caso se busca responder las siguientes preguntas; ¿Quién es Marta del Río? En esta sección se presenta la identidad de Marta, su trayectoria de Europa al Perú y lo que la llevó a ser quién es hoy en día. Después, se responde a la pregunta de ¿cómo es el medio en el que se desarrolla el emprendimiento? donde se presenta cómo el contexto de la industria, el rol de género, el medio familiar y particularmente la diáspora, influyeron en la creación de la empresa. Luego, se responde a la pregunta ¿Cómo es el proceso emprendedor de identificación de oportunidades? Finalmente, se responde a la pregunta de ¿Cómo es la co-creación de valor? donde se presenta el impacto de la empresa en cada uno de los pilares de la sostenibilidad.

4.1.2. ¿Quién es Marta del Río? “Businesswoman”

Marta del Río, fundadora y CEO de Wasi Organics nació y creció en Lima – Perú en una familia privilegiada, teniendo acceso a cosas que otras personas, en esos años no tenían: educación, alimentación y un hogar agradable donde vivir. La madre de Martha siempre le recordaba lo afortunada que era al tener todas esas necesidades básicas cubiertas y ella fue interiorizando ese discurso a lo largo de los años hasta convertirlo en algo inspirador, tal como fue descrito por Martha en una entrevista para Acumen.

En la década de los 50, la madre de Martha fue voluntaria de la Cruz Roja durante muchos años, cabe recalcar que para esa época tener a una mujer que haga servicio social era algo insólito y particular, pues en esos años en el Perú la mujer no tenía muchos derechos en la sociedad, no podía ejercer su voto y a muchas ni siquiera se les permitía asistir a la universidad. La madre de Marta, que ahora tiene casi 80 años, dedicó su vida a brindar ayuda a los más necesitados, una lección que transmitió a su hija desde temprana edad. Marta trabajó con diferentes ONG`s, realizando trabajos pro bono y donaciones a fundaciones distintas con el fin de retribuir de alguna forma los privilegios que habían sido otorgados en su vida.

En el colegio, Martha, pudo adelantar cursos por su gran habilidad y capacidad, desde muy pequeña era una persona que cuestionaba mucho, siempre iba a contracorriente y pensaba diferente que el común de sus pares.

Se graduó como la primera en su promoción y con tan solo 15 años de edad inició con su vida universitaria primero en ingeniería, luego se trasladó y terminó la carrera de Administración de Empresas. Al terminar sus estudios de pre grado, inició con su primer trabajo en Procter & Gamble, sin embargo, se dio cuenta que si quería seguir creciendo tenía que hacer cosas diferentes pues existía una barrera invisible que dificultaba específicamente a las mujeres a acceder a puestos de alta dirección y ascender en el mundo de los negocios, por ello sintió la necesidad de salir al exterior, prepararse mejor y tener una experiencia internacional.

Su primera parada internacional lo hizo en España, en donde estudió una maestría en ICADE y trabajó en L’Oreal (Madrid), posterior a ello decidió seguir avanzando y postular a una de las escuelas de negocios más importantes del mundo en dónde por su trayectoria, educación y su perfil empresarial logró ser admitida para estudiar un MBA en INSEAD (Francia).

Inició su carrera en bienes de consumo como Gerente de Marketing en Procter & Gamble (Lima), L’Oreal (Madrid), y posteriormente en Mars (Madrid). En 1992 se convirtió en la directora de marketing responsable del Sur de Europa, Medio oriente y África en Burger King. Luego fue directora de alianzas estratégicas en American Express (Londres). El cuestionarse siempre el Statu Quo, su capacidad, perseverancia y resiliencia, la hizo resaltar en la diversidad multinacionales en Europa.

En el 2004 se le presenta la oportunidad de trabajar en Compass Group PLC, empresa multinacional británica de servicios de alimentos por contrato, como Presidente de marketing y estrategia y miembro de la junta ejecutiva. Marta era la única mujer menor de 45 años y la única mujer latina en el directorio de una FOOTSIIE 100. Gracias a sus capacidades y su experiencia le ofrecieron el puesto de CEO en Spencer Stewart. “Esa noche no dormí y lo primero que pensé fue “wow por fin estoy en un directorio y ahora tengo la posibilidad de ser CEO de una FOOTSIIE100 que maravilla, rompí el molde.”

En ese momento, Marta se dio cuenta que había alcanzado la cima y hecho todo lo que algún día se había propuesto. Igualmente, pensó en el impacto que estaba generando con su trabajo y si este era suficiente. Con ello en mente, después de muchos paréntesis en su vida y con 2 hijos y después de 20 años de una carrera en Europa, en diferentes empresas

reconocidas en dónde pudo aprender y adherir consigo las mejores prácticas, Marta decidió rechazar el puesto y en el 2008 volvió al Perú.

Establecida nuevamente en Perú, comenzó a laborar en AC Capitales como Directora de Inversiones, pero se dio cuenta que estaba haciendo más de lo mismo y lo que ella quería era cambiar el mundo. Por ello, se tomó un año sabático en donde recorrió el país, fue una etapa de reflexión en dónde se cuestionaba ¿Qué impacto tenía como persona?, además fue un viaje en el cual le permitió conocer la realidad peruana de cerca, vio la pobreza y desigualdad en zonas olvidadas, pero con un gran recurso agrícola que no crecía de manera sostenible. Marta se sintió responsable por su país, fue así como su necesidad de generar impacto, su trayectoria corporativa y la realización de una importante problemática nacional se transformó en la idea de desarrollar lo que Marta llama una “empresa a su manera”.

Es así como Wasi Organics, una empresa social, comienza a operar. Se presentan retos y dificultades importantes en su creación, sin embargo, la idea de cambiar el mundo se vuelve el motor del éxito. Martha creía firmemente que en el futuro cercano las compañías que quieren ser sostenibles tienen que tener algún tipo de impacto social. La sostenibilidad de estas compañías va a ser directamente proporcional a la manera en que impactan positivamente a sus grupos de interés.

4.1.3. Factores de emprendimiento

a. Familiar.

Este factor se ve marcado cuando Martha explica que nació en una familia privilegiada de Lima y su madre la concientizaba desde pequeña que ese tipo de privilegios genera un deber con la sociedad. Su madre hacía voluntariado en la Cruz Roja y dedicó su vida a ayudar a los más necesitados.

Este valor se ve reflejado fuertemente en la vida de Marta del Río, pues desde temprana edad se dedicó a realizar voluntariados, trabajos pro bono, trabajos con distintas ONG'S y realizando donaciones a diferentes fundaciones. Hasta que llegó un momento en el que

se dio cuenta que ese impacto no era suficiente para lo que ella quería y podía generar, por ello decidió desarrollar la idea de una empresa que tuviera un impacto social importante. De este modo, un valor familiar, inculcado desde muy joven abrió el campo para que Marta desarrollara una empresa social, incluso sin darse cuenta. Este valor por su parte se transportó a la columna vertebral de Wasi Organics, pues la empresa se desarrolla mediante una cadena de abastecimiento inclusiva desarrollada por Marta y Gianina donde más de 500 familias agricultoras del país se ven beneficiadas.

Estas familias reciben precios justos, asistencia técnica y capital lo cual permite que sean más productivos y por lo tanto que puedan llegar a doblar sus ingresos. Ello por su parte, genera mayores niveles de educación y de vida digna para estas poblaciones.

b. Educación

Marta comenzó su vida universitaria de pregrado con dos carreras Administración de empresas e Ingeniería, sin embargo, solo término Administración ya que se dio cuenta que la otra no era de su interés. Luego desarrolló un master en marketing en ICADE en España y posteriormente realizó su MBA en INSEAD en Francia. En su vida académica siempre buscó la calidad, pues para ella era muy importante formarse, fue por este medio, que Marta enriqueció su vida académica, con uno de los MBA más prestigiosos del mundo y sobretodo se encontró con un ambiente en el que se sentía cómoda porque dicha institución valoraba enormemente el que los estudiantes se cuestionaran el *statu quo*. De esta forma, Marta se encontró con una experiencia especial ya que fomentaban sus propios valores. Fue también por este medio que conoció a su socia Gianina y posteriormente Gianina se convirtió en una ficha clave en la creación de Wasi Organics. Marta se dio cuenta que Gianina era una persona completamente diferente a ella en muchos aspectos, sin embargo, compartían los mismos valores y principios. Ambas tenían una motivación por cambiar el mundo, una visión de romper paradigmas y cuestionar el *statu quo*. Igualmente, Gianina también contaba con experiencia internacional resaltante.

c. La diáspora

Uno de los factores más importantes para el desarrollo de Wasi Organics fue la trayectoria internacional con la que contó Marta. En donde pudo ver las dos caras de la moneda. Primero con su vivencia en Europa, estudiando en las universidades más prestigiosas y

trabajando en las empresas más importantes del mundo, adquirió una visión internacional de la creación y gerencia de empresas. De esta forma, conoció los procesos y sobretodo la mentalidad de crecimiento global que luego aplicó en la estructura de Wasi Organics. Pudo aprender de los errores que cometen estas multinacionales y los errores propios, todo ello lo aplico para la creación de su empresa. Segundo, fue una experiencia que potencializan su amor por su país, así pudo apreciar de mejor manera la riqueza del Perú.

Es así como su experiencia en Francia, España, Alemania e Inglaterra al igual que sus raíces peruanas fueron la fórmula perfecta para construir una empresa internacional que se apalanca de los recursos nacionales del Perú y construye de la mano de pequeñas familias agricultoras de la región andina generando un importante impacto en ellas y en el medio ambiente al mismo tiempo que es reconocida en países internacionalmente.

d. Migrante retornante

Martha del Rio, ya con 20 años de trayectoria internacional y tras haber alcanzado todos los objetivos propuestos y ocupado puestos importantes en las principales empresas transnacionales de Europa, se dio cuenta que había alcanzado la cima de su carrera profesional, sin embargo, aún quedaba un objetivo por cumplir y se cuestionaba si el impacto que estaba generando con su trabajo era suficiente. Y con esa idea rondando en su cabeza y después de muchos paréntesis en su vida, con 2 hijos y con una carrera exitosa en Erop, Marta decidió rechazar uno de los cargos más importantes de su vida profesional y en el 2008 volvió al Perú.

e. Motivación para emprender

Tras su llegada al Perú, Marta decide tomarse un año sabático, viajando y recorriendo su país natal. Es ahí cuando se da cuenta de una problemática importante a nivel nacional, cuando se choca con una triste realidad y descubre que en el Perú hay cerca de 8 millones de personas en condiciones de extrema pobreza en las áreas rurales, la mayoría de estas personas son pequeños productores agrícolas.

Marta identifica una oportunidad en la biodiversidad peruana, pues el Perú es cuna en la producción de superalimentos, los cuales no están siendo aprovechados, estos son

alimentos con altos niveles de antioxidantes, vitaminas, minerales y aminoácidos que ayudan a reducir el colesterol, el riesgo de enfermedades del corazón y el cáncer. En estos productos Marta vio una oportunidad de generar un valor agregado importante y suplir las necesidades que no estaban siendo cumplidas en el mercado de snacks saludables.

Conjuntamente con las ganas de impactar de manera positiva su país, el deseo de un cambio social y la identificación de una oportunidad en la biodiversidad, fueron la fórmula perfecta para desarrollar una empresa “diferente”. En este sentido, Wasi Organics sería el medio para generar un cambio en la vida de los agricultores peruanos y en la vida de Marta como agente de cambio.

f. Red de contactos

Con la idea en su cabeza Marta comienza la búsqueda de un equipo de trabajo, para iniciar con su emprendimiento, para ello necesitaba de una persona que comparta los mismos ideales que ella. En una reunión de INSEAD se encuentra con Gianina Gandullia quien también tenía un recorrido importante trabajando en distintas multinacionales en Estados Unidos como lo son Goldman Sachs y Johnson y Johnson. Ambas se dieron cuenta que eran muy diferentes la una de la otra, sin embargo, compartían los aspectos más importantes, los valores.

4.1.4. Empresa actualmente

En el 2014, la empresa se constituye y el equipo de Wasi Organics se da cuenta que en la cadena de abastecimiento de alimentos en el Perú existen muchos intermediarios y los pequeños agricultores tienen un bajo poder de negociación y no tienen habilidades comerciales. De manera paralela, empiezan a buscar los ingredientes que necesitan para sus productos y donde crecen estos. Por ello y con el fin de lograr construir el primer pilar, Marta y Gianina se acercan al Ministerio de Agricultura. Este actor se vuelve primordial en el primer acercamiento con las familias agricultoras de la región andina, pues le permitió a Wasi tener apoyo con diferentes asociaciones y autoridades locales.

Marta se aventura en la búsqueda de sus nuevos productores, se trata de una situación complicada porque estas personas se encuentran en regiones de difícil acceso y de poca

infraestructura. Marta llegó a estas familias y se dio cuenta que la relación iba a ser mucho más difícil de construir de lo que ella anticipó. Pues estas comunidades son desconfiadas y precavidas puesto que en el pasado les hicieron propuestas similares que no llevaron a los resultados prometidos.

En ese momento Marta se dio cuenta que debía diferenciar su discurso, generar confianza y plantear una propuesta interesante para los agricultores. Descubrió que estos no querían caridad, quieren una relación laboral y estaban dispuestos a trabajar duro y ganarse la ayuda que se les estaba ofreciendo.

Wasi Organics integra pequeños agricultores a su cadena de abastecimiento y les provee precios justos, asistencia técnica y capital con el fin de lograr aumentar su productividad y sus ingresos. Ello evidencia que la estructura organizacional de la empresa cuenta con relaciones externas de tipo cooperativo a diferencia de relaciones competitivas, relación natural de una empresa desarrollada por una emprendedora feminista Oster, Elliott & Leck (2012).

Desde el inicio de operación de esta cadena, los agricultores han logrado doblar y a veces triplicar la productividad y los ingresos. De igual forma, esta relación permite promover las prácticas de agricultura orgánica lo que se traduce en productos saludables para el consumidor.

Marta expresa que la construcción de esta relación fue el reto más difícil al que se ha enfrentado Wasi Organics, principalmente porque el valor ofrecido no es puramente económico por el contrario es una semilla que se planta y que sus frutos se verán en el futuro, esta es una característica importante de las empresas sociales (Hlady-Rispal, Serviente, 2018).

4.2. Caso de estudio N° 2:

Caso Ann Sullivan

Liliana Mayo estudió en el Callao, en un colegio llamado San Antonio, luego postuló e ingresó a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a la carrera de Psicología, donde también recibió el Grado de Profesor Honorario y gracias a ello brinda docencia universitaria en la Universidad Cayetano Heredia y en la Pontificia Universidad Católica del Perú, cuenta con una Maestría y un Doctorado en Desarrollo Humano y Vida Familiar en la Universidad Americana de Kansas, donde también es profesora adjunta.

En 1979 funda el centro Ann Sullivan del Perú (CASP) que se ha constituido en un modelo de educación para la vida de personas con habilidades diferentes., Actualmente ella trabaja en preparar el equipo humano que pueda sucederla en esta labor en su Institución.

Liliana Mayo es una persona dedicada a los servicios ya que desde niñas sus padres ayudaban a la gente del callao, sus padres de origen humilde, eran conscientes que debían emprender y esos conocimientos alimentaron el espíritu emprendedor de Liliana Mayo que luego los puso en práctica durante su vida.

Desde el comienzo fue consciente que su centro de educación debía incluir capacitación familiar de padres e hijos y también de la sociedad para que pudieran establecer relaciones de respeto y confianza de todos los actores. Su centro es ahora reconocido en alrededor de doce (12) países a nivel mundial y ofrece formación a más de 400 familias anualmente, a nivel nacional.

Liliana inicia su emprendimiento en un momento crucial de su vida: divorciada de un esposo que no compartía su sueño, con un hijo recién nacido y con su madre diagnosticada de un cáncer terminal. Su hijo Alonso, que ahora es director de cine en Los Ángeles, tiene la misma edad que el CASP; él cuenta que a veces lo llaman para saber más acerca de la relación de él con su madre; muchos piensan que el precio de haber hecho nacer este emprendimiento podría haber tenido un efecto indeseado en la educación de su hijo; “nada más lejos de ello, menciona Alonso, que durante todo este tiempo y mientras ella reforzaba su formación realizando estudios en E.E.U.U siempre la acompañó, ella no

quería que el sueño americano quedara en su hijo, y perdiera sus raíces, así que estudiaron por semestres uno en Estados Unidos y otro aquí en Perú.

Liliana investigaba mucho acerca de los modelos existentes y autores que escribían sobre las personas especiales, buscando contrastar teorías válidas que respaldaran sus acciones intuitivas, fue así como decide asistir a una Congreso en USA, con la misión de encontrar a alguien que pudiera brindarle una ayuda y de paso una asesoría con los niños que se encontraban en su centro aquí en Perú, algunas personas dentro de ese congreso le brindaban información y le mencionaron sobre una Doctora que podría interesarse en ir a Perú a ayudarla.

En este Congreso se encuentra con la doctora Judith Leblanc quien acepta venir a Perú a observar su trabajo; eran los años 80, época en que pocas personas deseaban venir al país por los atentados terroristas y voladura de torres, este hecho es una prueba de la perseverancia y capacidad de persuasión de doña Mayo.

La llegada al CASP de la doctora Leblanc, les hace ver aspectos críticos de su modelo educativo que hasta ese momento, se basaba en los manuales que doña Mayo había encontrado y puesto en práctica y en la experiencia que venían acumulando en el centro con los niños.

La doctora Leblanc, quien luego se convertiría en la mentora de doña Mayo, les mostro como a tratar a los niños, no como un paciente sino como si fuera una persona; a pesar de no saber español, siempre que un niño se sentía intranquilo o era muy hiperactivo, mandaban a la doctora; que de cariño la entrevistada le decía “La Gringa” ;a conversar con ellos, y ella les hablaba en inglés, idioma que los niños no podían entender, pero lo asombroso de la historia es que los niños salían tranquilos después de la charla que les daba la doctora.

En tiempos anteriores existían unos cuartos que se les llamaba “Time Out” donde cada vez que un niño se portaba mal, lo ponían solo en ese cuarto, entonces la Doctora Judith brindó un cambio en ese tipo de mentalidad; también les enseñó un currículo funcional natural, que significaba enseñar aprendizaje motor, pero no con plastilinas, si no con

objetos que están dentro de la casa de los niños, les hizo ver que la teoría no era igual que la práctica.

La doctora Leblanc persuadió a Liliana de realizar una Maestría; entre el año 84 al en la universidad de Kansas, donde fue con la mentalidad de obtener los mismos conocimientos que tienen los profesionales de su carrera allá en Estados Unidos y regresar con ese conocimiento a Perú.

Liliana también indica que su doctorado fue intenso desde el 86 y que ese doctorado demoraba al menos 7 años, pero ella iba y regresaba a territorio peruano en todo ese tiempo, fue en ese tiempo la estudiante con más millas en su doctorado ya que paraba viajando constantemente a Perú.

También indica que en el momento que hacia sus estudios de maestría y doctorado eran tiempos difíciles para el Perú, ella regresaba con productos como sillas de ruedas para su centro infantil, y transmitía todo el conocimiento aprendido a sus trabajadores y colegas del centro para que mientras ella estaba en Estados Unidos, ellos lo pusieran en práctica en el centro.

La doctora Leblanc, no sólo fue su mentora en los ajustes del modelo educativo, también apoyaba a Liliana, dándole contactos de soporte financiero con sus colegas de otros países, entre ellos se encuentran canadienses y holandeses. En sus presentaciones internacionales, la doctora Leblanc, mencionaba el modelo peruano, e invitaba a Liliana a presentarlo en los Congresos donde participaba; ella decía lo que nosotros aprendemos en la teoría, en Perú se aplica en un Centro especial, lo cual dio mucha visibilidad internacional al CASP y a Liliana Mayo.

Luego en el año 86 la Doctora Leblanc los integró al mundo digital con la importación de las primeras computadoras al centro, también les enseñó a hacer convenios, para hacer educación a distancia; gracias a la ayuda de los canadienses; fue así como concibieron un sistema educativo posible de transmitir, soportado en videos y audios grabados y reforzado con llamadas telefónicas de apoyo, toda esta experiencia de educación a distancia, facilitó la adaptación de su modelo educativo al formato virtual al iniciarse la pandemia del COVID 19.

Todo el conocimiento adquirido por Liliana y gracias al soporte de su mentora, permitió generar un modelo de enseñanza a personas con habilidades especiales, a sus familias y a la sociedad que se puso en práctica aquí en Perú, donde los niños y sus familias estudian de lunes a jueves; los viernes son para sistematizar toda la información aprendida en esos cuatro días y continuar perfeccionando su modelo educativo – El modelo CASP.

En los años 90 Liliana fue a Brasil ya que fue el primer país en interesarse en el modelo de educación en Perú aplicado por la doctora, donde quisieron ver la forma de educación que se practicaba y les trajeron un niño que presentabas dificultades de conducta, era muy agresivo, para que ella lo tratara y así tengan el sustento de la eficacia de su modelo, y gracias a los conocimientos aprendidos en el exterior, Liliana, al igual que años antes lo hiciera su mentora, le habla al niño en español y consiguió calmarlo, luego ella le indicó al auditorio que presenciaba el proceso, que sólo le habló con respeto y le hizo ver que él tenía un potencial que ofrecer.

El centro ha suscrito diversos convenios y aparte generan ingresos brindado internados extranjeros a estudiantes de psicología de distintos países del mundo; quienes pagan para poder venir de una a dos semanas a internarse en el centro para poder obtener mejores formas de conocimiento y prácticas y llevarlas a sus países y brindar esa información a sus comunidades.

El CASP ha sido visitado por importantes personalidades del mundo como la primera dama de Panamá Martha Martinelli, ella deseaba hacer un centro en su País y luego de visitar varios países como Israel entre otros, llegó al Perú indicando que ese es el tipo de modelo de centro de aprendizaje ella quería en su País.

La señora Martha con su influencia, disponía un terreno para poder construir el centro, y eso hizo que Liliana tuviera que retocar su modelo para que se acomode a un modelo de aprendizaje internacional.

Gracias a ese modelo de negocio y por la influencia de la primera dama de Panamá se contactaron otras primeras damas como la de Republica Dominicana, que generó un centro de terapias, incorporando el modelo de familia aplicado por Liliana Mayo, su País.

Luego empezaron a llegar estudiantes de Europa específicamente de España, para tener mejor conocimiento en prácticas de la comunidad peruana y esos conocimientos también se llevaron a su País y lo pusieron en práctica con un grupo de personas de mayor edad, de 70 a 80 años aproximadamente, gracias a esos estas personas pudieron cambiar su forma de comportamiento.

Unos de los últimos Países que estuvo en Perú fue Francia, buscando renovar un modelo muy atrasado de cómo tratar a las personas con habilidades especiales, otros países como Bangladesh, India y Sudáfrica también han recurrido a Liliana para mejorar su modelo de capacitación.

La internacionalización del centro ha hecho necesaria la capacitación en idioma inglés de sus trabajadores y colaboradores, para poder transmitir a las personas de esos países, el modelo CASP.

El CASP, no recibe ayuda del gobierno peruano; excepto la donación del terreno de 2500 mts donde funciona el centro que se obtuvo durante el gobierno de Fernando Belaunde, el CASP se sostiene con el soporte donaciones extranjeras, los pagos que las familias realizan de acuerdo a sus posibilidades y donantes y voluntarios nacionales e internacionales. La sostenibilidad económica del CASP es un desafío para su futuro.

En esta entrevista se ven varios casos de Diásporas ya que todo empieza con el visita que Liliana realiza a Estados Unidos para buscar al especialista que pudiera ayudarle a perfeccionar su modelo y luego por sus estudios de maestría y doctorado en la Universidad de Kansas; gracias a su curiosidad, respeto hacia los demás y su espíritu emprendedor pudo encontrar a personas claves como lo fue la doctora Leblanc que fue un puntal importante en temas de conocimiento y de la administración del centro de aprendizaje, respetando la autonomía de Liliana nace el modelo peruano que mejora cada día.

También podemos encontrar ejemplos de diáspora de manera indirecta gracias a los países que reconocieron el esfuerzo y el modelo de ayuda del centro Ann Sullivan y gracias a ese interés Liliana se vio obligada a mejorar el modelo que tenía e internacionalizarlo para que se puede adaptar en otros países que requerían ese modelo, como la entrevistada indica: siempre llegaba gente extranjera a obtener conocimiento y practica para poder

llevarla a su comunidad y ponerlos en práctica y gracias a eso podemos decir que existen varios casos de diáspora de manera indirecta tanto contactos públicos y privados como pueden ser los estudiantes de España , grupos Argentinos y como es la primera dama de Panamá y República dominicana que llegaron al Perú a obtener ese tipo de aprendizaje y llevarlos a su país para ponerlos en prácticas.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo, luego de presentar los casos, procederemos al análisis de los resultados, entorno a las entrevistas y la recopilación de data, además se discuten los resultados en función a las proposiciones establecidas en la metodología.

La herramienta elegida para el análisis es el software MAXQDA Analytics Pro 2020, es un software utilizado para el análisis cualitativo de datos en donde la interpretación y la evaluación se realizan mediante la organización de materiales en grupos, utilizando un sistema de codificación, definiendo variables, proporcionando vistas generales tabulares y asignando colores y tamaños a segmentos de textos. Esta herramienta nos permite, además, el análisis e interpretación de múltiples datos como por ejemplo entrevistas, artículos, grupos focales, imágenes, audios, bibliografías, entre otros. Este software es considerado una poderosa herramienta para desarrollar teorías y probar las conclusiones teóricas del análisis.

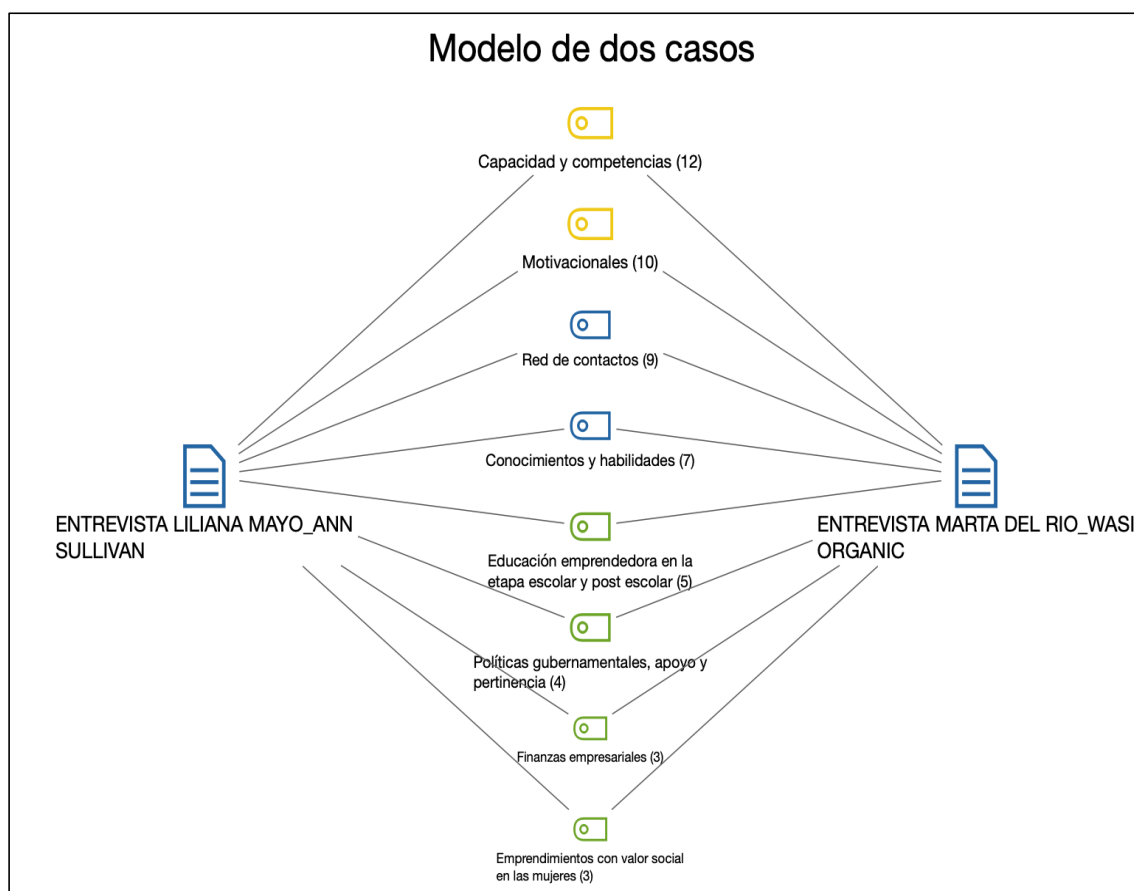
En la presente investigación, se procedió a importar la transcripción de las entrevistas realizadas a ambas emprendedoras, para luego, codificar aquellos elementos descritos en la tabla de proposiciones del marco teórico y asignar etiquetas de códigos en aquellas partes en dónde las entrevistadas hagan referencia a los elementos que marcan un impacto en la aparición de emprendimientos innovadores a causa del migrante retornante.

5.1. Modelo comparativo de casos

El modelo comparativo de casos pretende hallar la proximidad y semejanza en cuanto al efecto de los factores internos y contextuales identificados en ambos casos de estudio. Esto permitirá corroborar si la teoría descrita en los capítulos anteriores guarda alguna relación con lo observado.

Así como también se identifican dentro de los casos estudiados de los emprendimientos innovadores de las migrantes retornantes, la jerarquización de elementos y las proposiciones ligados a las mismas.

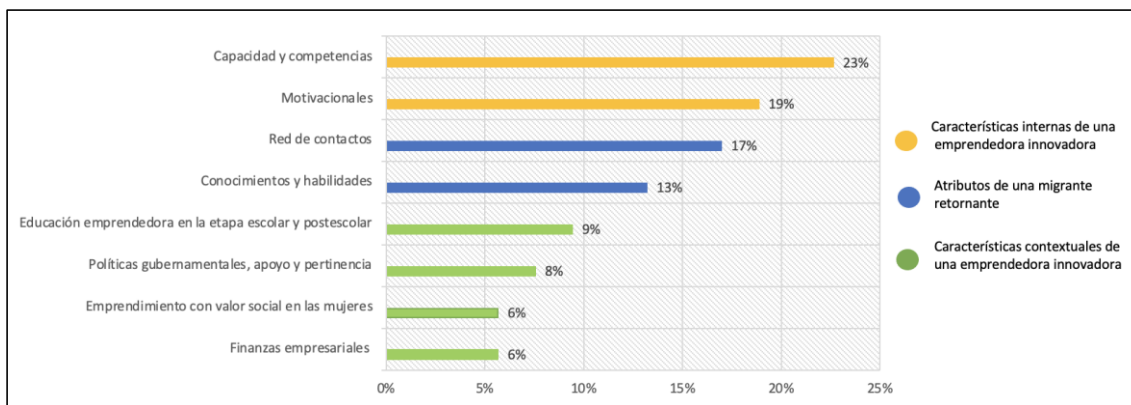
Figura 5: Influencia de los factores internos y contextuales



Fuente: Autores de esta tesis, utilizando el MAXQDA

Realizando la interpretación de la Figura 5, se observa que la mayor parte de los factores identificados en la teoría han sido validados como influyentes en ambos casos de estudio. Así como también, existen elementos cuya frecuencia es mayor, en relación a la cantidad de veces que estos han sido mencionados durante las entrevistas analizadas, la interpretación visual se puede apreciar en el gráfico de barras de la figura 6, en dónde se observa la recurrencia de factores en ambos casos de estudio. Las entrevistadas mencionan que las capacidades y competencias es uno de los factores relevantes para la aparición de emprendimientos innovadores con un 24% y se encuentra directamente asociado con las características internas de un emprendedor innovador. Para el elemento correspondiente a atributos de un migrante retornante el análisis arrojó que la red de contactos que se obtiene al vivir en países desarrollados otorga al migrante una visión más amplia que no se podría obtener en el país de origen con un 18% sobre los demás factores. Finalmente, con respecto a las características contextuales de un emprendedor innovador, se puede apreciar que la educación emprendedora en la etapa escolar y post escolar, impactó en un 8% a las entrevistadas.

Figura 6: Recurrencia de factores en ambos casos de estudio.



Fuente: Autores de esta tesis

5.2. Análisis de proposiciones

Proposición N° 1: Las capacidades y competencias como las habilidades y conocimientos impulsan al individuo a generar emprendimientos.

En ambos casos, las capacidad y competencias pertenecientes a la dimensión de características internas de un emprendedor innovador, resultan de la evolución de las aptitudes desarrolladas a lo largo de la vida de las emprendedoras y es fruto del aprendizaje y además de las experiencias adquiridas.

En su efecto, Martha del Rio, comenta que, desde su infancia, hasta la etapa previa a emigrar, resaltó su capacidad y habilidades para el estudio, siendo una persona que destacaba en el ámbito educativo.

“En el Perú hice una cosa que creo que no hizo casi nadie bueno en esas épocas eran más flexibles todo y a mi mamá le permitieron eso. Yo así hice dos veces dos años en uno por la cual yo terminé con 14 años el colegio”.

“Entré a la universidad sin examen también porque resulta que también había sido la primera del colegio y yo no lo sabía.”

“empecé e hice dos carreras obviamente porque que aburrido con 15 años para empezar era la mascota de la universidad. Estudié Administración y terminé administración no terminé Ingeniería porque me aburrió también muchísimo y entonces claro salí muy jovencita y empecé a trabajar con 20 años”.

Siendo una persona con una rápida capacidad de aprendizaje, cuyas competencias resaltan, además, por ser una mujer visionaria y estratega.

“Lo que más me gusta es hacer estrategia y yo me defino como un businessber ósea a mí me gusta construir empresas y me gusta mucho la estrategia y me han dicho que soy muy visionaria”.

En ambo casos de estudio vemos que existen ciertas habilidades y competencias mostrados desde la infancia, que distinguen a las emprendedoras de los demás.

Por ejemplo, Martha del Rio, comenta que ella siempre se sintió una emprendedora pues desde sus primeros años de vida, tenía esa iniciativa de iniciar algo o hacer algo nuevo y poder “cambiar el mundo” pues ella sentía, desde pequeña, que tenía un deber con la sociedad, y siempre se aseguraba de ser voluntaria en diversas causas, sin embargo, se dio cuenta que ese no era el impacto que buscaba y de esa forma una cualidad arraigada

desde su infancia, contribuyó y abrió el campo para que Martha construyera un emprendimiento social, sin darse cuenta.

“En realidad, yo creo que siempre fui una emprendedora lo que pasa es que el vehículo que elegí en lugar de ser mi propia empresa eran otras empresas”.

Desde pequeña hasta la actualidad, Martha se considera una persona cuestionadora, inquieta, siempre se sintió diferente a los demás, pues va en contra de la corriente, piensa muy diferente de sus pares y se cuestiona constantemente el Status Quo.

“Hace veinte años yo era onlayer era un bicho raro y además yo siempre decía en qué momento me van a botar porque ya algún día se van a hartar de que siempre este cuestionando todo”.

“Yo decía dios mío, pero porque yo pienso diferente y todo el mundo va para acá y yo para allá”.

“Bueno hay una constante que si es interesante en mi vida que es verdad que siempre he sido muy inquieta”.

“Me dicen que soy muy dura pero que soy muy justa. Dura en el sentir que soy muy exigente porque yo en la mediocridad no es lo mío”.

Se pudo definir a lo largo de este caso que los valores que definen la identidad de Marta son la reciprocidad, la visión, la empatía, la resiliencia y el empoderamiento.

Liliana Mayo comenta que su madre siempre apoyaba a su hija incondicionalmente en todo lo que estuviera en sus manos, eso también ayudó demasiado a Liliana a mejorar sus actitudes de emprendimiento y querer mejorar un poco más la educación.

“Primeramente, me mandaron una niñita que me dijeron esta niña tiene autismo, no sabía yo nada porque nunca había visto un niño con autismo, decía autismo de autos ¿de qué cosa será eso? Una niña que me la pusieron, una niña preciosa, una niña muy bonita, tenía 5 años, hasta que la vi actuar era una niña que destrozaba todo, le daban unas pataletas terribles y si te veía con una cadena tenía el arte de sacártela, quitártela y correr y ponerla en el water o sea como ponerla en un sitio y jalarla. Así, que yo decía ¿por qué hacen estas conductas, Comencé a leer porque me dijeron que esta niña nunca iba a aprender y sí que estaba poseída por el demonio porque hablaba unas palabritas un poquito raras que no le entendía, entonces, comencé a leer y esta niñita Patricia así le decían, comenzó a aprender la Pati”.

“Yo me la llevaba a mi casa, me acuerdo que mi mama y yo les explicaba va a venir Pati ya saben hay que tratarla como cualquier otra niña. Y mi mamá me decía tráela no más, si y mi familia aceptó que yo la llevara y tenía sus pataletas y yo, creo que ella fue la que mi inspiro a lo que yo hago porque vi que aprendía”.

Liliana Mayo aprendió valores como la responsabilidad, la mejora, la empatía el esfuerzo y nunca rendirse en los problemas, siempre afrontarlos, y buscar el medio como mejorar.

Efectivamente, existen habilidades y conocimientos particularidades que permiten a las emprendedoras distinguirse de los otros, y que provocan que el individuo actúe de una determinada manera, en consonancia con el rasgo que lo definen.

Proposición N° 2: La motivación es un factor que propicia la aparición de emprendimiento innovadores.

En línea con la teoría se busca identificar si las motivaciones pertenecientes a la dimensión de características internas de un emprendedor son consideradas un elemento importante en la aparición de emprendimientos innovadores.

Las motivaciones se ven reflejados en las dos emprendedoras, estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta de la persona hacia metas o fines determinados; es el impulso que mueve a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación, como es el caso de Martha del Rio, durante todas las etapas de su vida.

“En esa época se me quedó muy chico el país en esa época estoy hablando hace casi 30 años”.

En esta etapa, la motivación estuvo presente al querer superarse, pues desde muy temprano en su vida se dio cuenta que en su país natal había un techo de cristal para las mujeres, por lo que decidió realizar sus estudios superiores en Europa, de esta forma, tendría más oportunidades y podía adquirir experiencia internacional.

“Quería demostrarle al mundo con la esperanza que la gente me mire y se inspire y que luego haga lo mismo”.

Así como lo menciona, algo que la motivaba a seguir con su emprendimiento era que quería ser una fuente de inspiración para toda aquella persona deseosa de ser un agente de cambio en la sociedad y generador de impacto en el Perú.

“El Perú maravilloso en comida y luego vi que la biodiversidad peruana es increíble”.

Otra razón de motivación es que descubrió que su propio país cuenta con una biodiversidad increíble y que su fuerza estaba en la comida, sin embargo, también descubrió la pobreza y desigualdad que sufrían las regiones alto andinas por la falta de un crecimiento sostenible, fue una época de reflexión en dónde se preguntó ¿qué impacto tengo como persona?, esto le sirvió como motivación para crear una empresa de

alimentación sostenible que se apalancara de la biodiversidad local y de las prácticas de agricultura orgánica.

“Premiaron a 5 mujeres en el mundo siendo una (01) mujer por cada región de América Latina por su trabajo promoviendo los objetivos de desarrollo sostenible. Y bueno yo feliz por ser la primera latinoamericana en ser premiada”.

En esta etapa, el reconocimiento sirvió como motivación para continuar con su labor de emprendedora, mediante su identidad, construyendo su empresa social auto-considerándose como una empresa diferente y utilizándolo como un medio para generar un cambio en la sociedad.

Por otro lado, tenemos a Liliana Mayo, cuando, al igual que Martha del Río, no conocían del todo la realidad peruana, hasta que tuvieron la oportunidad de experimentar por ellas mismas y encontrarse, cada cual, en su entorno, una realidad que se convirtió en una fuente de inspiración para emprender.

Liliana Mayo comentó que ella aun no veía la realidad del Perú, pero un sacerdote un día la invitó a dar una vuelta con las personas que él siempre visitaba para ayudar y ahí fue cuando Liliana pudo ver la realidad de los jóvenes con aptitudes diferentes.

“Y un sacerdote inglés que era un amigo en ese momento me dijo. Déjame darte un paseo para que veas en Callao, en Lima lo que yo veo y este sacerdote me llevó a ver cosas que yo no había visto en diferentes clases sociales. Pude ver chicos en jaulas, había uno que lo tenían enjaulado y todavía decía ¡cuidado que muerde ¡imagínate, los tenían también en azoteas desnudos amarraditos, yo creo es porque no sabían qué hacer y los médicos decía no hay esperanza si usted puede de comer si no, no, esa era la realidad. Eran los años 74,75 y ya entonces cuando vi esa realidad, cuando tú ves algo así con tus ojos dices ni hablar, tengo que hacer algo”.

“Así que comencé a pensar ¿por qué no empezar un centro para niños con estas dificultades? Y comencé averiguar y le comenté al Ministerio de Educación de mi país, le pido, le presento mi plan, lo escribí y el Ministerio me dice ¿Por qué te vamos a mandar a dirigir un centro del gobierno?, pero algo me dijo ¡Anda míralo primero, habla con las personas que están ahí! Y fui, y les pregunté, ¿qué interesante que usted está enseñando a estos niños?, todos me decían yo no quiero hacer lo que estoy haciendo, yo estoy castigado acá. Yo soy profesor regular, pero por oposición al gobierno...”.

Esto hizo que Liliana encontrase una fuente de inspiración y ser ese agente de cambio que permita que las personas con habilidades especiales tengan las mismas oportunidades y condiciones de vida justa, encontrándose con un gran desafío que debería saber sobrellevar para encontrar esa igualdad de condiciones, promoviendo, protegiendo y

asegurando el goce pleno de todos los derechos humanos y libertades fundamentales, promoviendo principalmente el respeto de la dignidad inherente de las personas con habilidades especiales.

Por su lado Martha del Rio con una familia mixta, padre español y madre peruana. Marta ha sido muy influenciada por su madre, también llamada Marta, quien fue voluntaria para la Cruz Roja desde los 15 años, una situación particular para una mujer en Perú en los años 50. Su vocación en la vida fue brindar ayuda a los más necesitados y trabajar con poblaciones vulnerables, valor que le transmitió a su hija desde una edad muy temprana. Por otro lado, su padre a pesar de ser empresario, era un hombre justo quien siempre velaba por los intereses de aquellos que no tenían poder en la sociedad. Marta nació en medio de una familia privilegiada y su madre también llamada Marta le recordaba constantemente que eso generaba un deber con la sociedad.

“Tal como le había inculcado mi abuela, mi madre siempre me recordó que crecí teniendo acceso a cosas que otras personas no tenían: educación, nutrición adecuada, un hogar agradable”.

Por otro lado Liliana Mayo, comentó que :

“Y que si estoy dedicada al servicio es porque lo vi desde muy pequeña, mis padres son farmacéuticos y las farmacias estuvieron siempre ubicadas en los lugares más pobres, en zonas populares en el Callao, en los barracones ponte que es una de las zonas más peligrosas de nuestro país, pero nunca le robaron a mi papa, porque ahí está, mis papas eran personas que venían de familias muy humildes, mi madre era de Trujillo de un pueblito que se llamaba Simbal, y mi padre de Chincha, se conocieron acá en Lima y estudiaron en la Universidad de San Marcos y los dos siempre eran personas que querían salir adelante. Entonces, yo en mis padres vi lo que era, siempre estaban ayudando a la gente, siempre los vi, entonces y mi madre era una persona que siempre me enseñó a luchar por mis sueños, siempre me hablo de Martin Luther King “Yo tengo un sueño”, de que “el que estudia triunfa”, de Gandhi, “sé el cambio que tú quieres ver”, entonces me crié con esas frases. Mi madre era una persona que me las escribía en el baño”.

Siempre desde niña luchó por sus sueños, sus padres brindaron la motivación y las palabras necesarias para que Liliana se vuelva alguien grande y de éxito en la vida eran de bajos recursos, pero también eran personas de grandes valores y conocimientos que le ayudaron a Liliana en todos los problemas que siempre tuvo en la vida.

Liliana Mayo desde niña sus padres le enseñaron temas motivacionales en todos los sentidos de la palabra , le escribían frases en todas las paredes del baño, frases que le

ayudaran a salir de varios apuros más adelante cuando empezó a formar el centro ANN SULLIVAN, todo lo empezó a aprender desde muy pequeña.

“Malograba todas las paredes, porque andaba escribiendo el que estudia triunfa, el tiempo es oro, y así que yo vi servicio desde chica y mis padres, tengo mi papá que hasta ahora vive va a cumplir 95 años, entonces me criaron siempre con la frase “hasta al cielo a través de las dificultades” Y, yo creí que era una frase creada por mi mama, hasta que vi que ella la había leído, Ella era una mujer que me leía mucho, pero siempre me decía tienes que luchar siempre por tus sueños, y persistir. Esas cosas siempre se me quedaron grabadas. Mi madre tenía una frase que decía “No tengo lo que herede, lo que gane lo perdí, solo tengo lo que ve. Yo le decía a mi mama”.

Es importante mencionar el emprendimiento innovador femenino, tomó un rol importante gracias a las bases recibidas de generación en generación hacia Martha y Liliana.

Proposición N° 3: La red de contactos desarrollada durante la experiencia internacional contribuye en el nacimiento de emprendimientos.

Para esta proposición se busca identificar si la red de contactos, pertenecientes a la dimensión de atributos de un migrante retornante, es considerado un elemento importante en la aparición de emprendimientos innovadores.

La red de contactos, cuyas relaciones o lazos fueron creados durante la estadía en el extranjero, con personas que tienen intereses similares, podemos considerarlo una estrategia que permitió, a ambas emprendedoras, crear sinergias y oportunidades laborales y de negocios una vez establecidas en su país de origen.

En el caso de Martha del Río, en una reunión de INSEAD (Institución francesa en dónde estudió su MBA), se encuentra con Gianina Gandullia quien también tenía un recorrido importante trabajando en distintas multinacionales en EEUU y al igual que Marta, quería un cambio, ambas estaban en busca de novedad en las empresas, querían crear un negocio rentable y que generará un impacto positivo. Igualmente, ambas cuestionan constantemente el status quo. Luego de relacionarse mucho con Gianina, Marta decidió asociarse con Gianina e iniciar juntas el camino del emprendimiento.

“Lo primero que empecé es con mi socia. Tenía que encontrar a alguien completamente opuesto para ser complementarias. Así que tuve una gran suerte de encontrarme en una

reunión del CEA y es completamente distinta a mí”.

Por su parte, Liliana Mayo, tenía la idea de fundar un centro que ayude a mejorar la calidad de vida de los niños especiales y por eso buscó contactos, colegas, gente que pueda apoyar este proyecto que tenía desde hace mucho tiempo y que poco a poco sería capaz de brindar una mejora grande a la sociedad.

“Así que yo estaba un poco deprimida y mi madre me dijo ¿Por qué no le damos a la casa un valor humanista? Voy a convencer a tu papá. Como son las madres. Así que yo escuchaba toda la noche que mi mamá hablaba con mi papá, y en la mañana hablaron conmigo. Te damos el garaje de la casa. Empieza. Mi mamá me decía siempre, cuando tu empiezas una obra después algo como que se confabula en el universo y toda la gente viene a ayudarte, la cosa es empezar, y hablé con esta señora y le dije, Eva Kukerman se llamaba, Eva ya tienes todo en la vida, quieres una misión, aquí está la misión, necesito 8 sillas, 8 carpetas, de todo 8, así que me dijo No te preocupes, yo lo consigo, yo muevo la colonia judía. Y le digo y cómo voy hacer necesito divisiones, porque solamente me han dado el garaje, no te preocupes yo convengo a alguien que tiene espejos que traiga y los cajones, vas a la Guardia Civil y ahí los pule el carpintero y yo consigo el carpintero, así que, en ese momento también había la Sociedad Civil trabaja con la Policía, o sea que había mucha cooperación, y el esposo de esta señora ayudaba a una comisaría y así ellos hablaron para que la comisaría de mi zona me ayudase. Había tantos policías en mi casa ayudando, martillando que yo creo que estaba en drogas, los vecinos decían que pasa porque vienen tantos policías, y yo les decía porque vienen a ayudarme, vienen, están poniendo estas cosas y tenían un car. Así que convencí a dos colegas más también que se unieran al sueño, vamos a empezar esto. Y también yo quería hacer un centro, un centro que haga la diferencia para los niños, te estoy hablando del año más o menos 78, cuando estábamos planeando esto”.

Luego de conseguir un centro un poco estable, ella sentía que debía mejorar más lo que ya tenían y que necesitaban a alguien que les ayudará a mejorar la calidad del centro de niños especiales.

“Estaba surgiendo, pero no estaba segura. Mis padres en ese momento, yo le digo Mama yo quiero conseguirme una mentora y que vengan a evaluar y a decirnos si estamos bien?, entonces mis padres vendieron una casita y me mandaron a México y a Estados Unidos, eso debe haber sido en el año 80, en ese viaje fui a México a conocer a los que yo estaba leyendo, en esa oportunidad les escribí diciéndoles que iba de viaje, México estaba muy adelantado en lo referente a capacitar a personas con habilidades diferentes, y en Estados Unidos fui a un Congreso donde me dedique a buscar alguien que quisiera venir a Perú. Entonces me dijeron hay una doctora que es la única creo que aceptaría ir y era de la Universidad de Kansas, para nosotros la Universidad de Kansas era la meca del análisis conductual aplicado, eran las primadonna de lo que yo quería estaban en Kansas. Entonces a esa doctora le hable y me dijo me gustaría ir y me averigüe que, a ella, Venezuela le iba a dar una distinción especial, entonces le dije. Doctora nosotros no podemos pagarle, pero voy a conseguir un vuelo Venezuela Perú para que vaya. Así que tú sabes cómo somos los peruanos se demoraron para darme el ticket, pero le conseguí que la doctora pudiera venir y vernos, y de ahí. La doctora Judith Leblanc”.

Gracias a la doctora Judith el centro agarró más fuerza se convirtió en su consultora y todo lo que ella aprendió en la universidad de Kansas, lo puso en práctica en el centro

Ann Sullivan, aparte que también generó una apertura internacional, recomendando el centro a sus colegas de todo el mundo.

Proposición N° 4: El migrante retornante mejora las habilidades y el conocimiento los cuales son un recurso importante en el proceso emprendedor.

Para esta proposición se busca identificar si los conocimientos y habilidades, pertenecientes a la dimensión de atributos de un migrante retornante, es considerado un elemento importante en la aparición de emprendimientos innovadores.

Tanto Martha como Liliana, durante todo su proceso migratorio, obtuvieron conocimiento técnico, ambas tienen en claro que el estudio es un factor, conjuntamente con otros, que contribuyen al mejor desarrollo de las sociedades, pues hace que las posibilidades de mejorar aumenten exponencialmente, así como su desarrollo económico y la calidad de la mismas.

Martha del Río, estudió en España un Master en marketing en ICADE y posteriormente realizó su MBA en INSEAD en Francia. En su vida académica siempre busca la calidad, pues para ella era muy importante formarse. De esta manera iba fortaleciendo su hoja de vida académica, con uno de los MBA más prestigiosos del mundo y sobretodo se encontró con un ambiente en el que se sentía cómoda porque dicha institución valoraba enormemente los estudiantes críticos.

“Fui a España hice un master primero en el Cade. Me puse a trabajar en L’Oreal así que me fui a hacer un MBA y pregunté cuál es el MBA más prestigioso en Europa y me dijeron el CEA. Cuando me entrevisté con ellos dijeron y a cuantas más estas postulando y respondí a ninguna más porque yo quiero el CEA”.

Por su parte, Liliana Mayo, no estaba de acuerdo en quedarse a cumplir el sueño americano así que ella estaba un semestre en Estados Unidos y otro aquí en Perú para que todo lo que aprendiera allá lo pudieran poner en práctica en su país natal.

En esta cita da a conocer que cuando ella estudiaba el doctorado en Estados Unidos llevaba a su hijo, él estudiaba un semestre en Estados Unidos y otro aquí en Perú haciendo todo dos veces.

“Si, era un Ekeko viajando, pero así termine mi doctorado, pudiendo, Lo que me sirvió de eso es que traía a mis profesores, a mis colegas venían acá y me enseñaban”.

Liliana estudiaba en Estados Unidos y cuando ella venía a Perú todos los conocimientos adquiridos se los brindaba a sus colegas a los profesores de los niños especiales para que cuando ella se regresará a Estados Unidos todo aquí pueda seguir avanzando progresivamente.

En el caso de Martha del Río, durante todo el tiempo que estuvo fuera del país como diáspora, trabajó para las multinacionales más importantes del mundo y luego de romper un paradigma importante de las mujeres y madres en el mundo corporativo, decidida a cambiar el rumbo de su vida, retorna al Perú con la vivencia de haber estado en sociedades completamente distintas, en dónde pudo evaluar y analizar todos los procesos y estrategias de las compañías en las cuales había laborado y tomarlos como punto de referencias para sus futuras estrategias, con la intención de aprender de la experiencia de los demás para mejorar su propio negocio en el Perú.

“Entonces pude coger todas esas mejores prácticas volví a Perú y decidí que tenía que hacer algo”.

Liliana Mayo, con la experiencia adquirida junto a la doctora Judith, pudo mejorar el centro de niños especiales gracias a los conocimientos adquiridos en Estados Unidos, en experiencias similares, junto a su mentora.

“La doctora Judith Leblanc, si voy a venir, nos vio cómo trabajamos, pero nos hizo una serie de sugerencias, sugerencias en el sentido de cuestionarnos para el trato como personas, ella fue la que nos enseñó a tratar a los niños como personas, porque nosotras los protegemos mucho, no sabíamos que entendían, y a este gringuita le pusimos los peores casos. Ella no hablaba español, pero le decíamos vamos a mandar a la gringa, a este chico que está agrediendo ha roto todo vamos a ver qué hace. Y la doctora les hablaba en inglés y nosotras decíamos se aloco, pero yo creo era el respeto con que ella les hablaba, generaba respeto y de ahí veíamos que los chicos salían tranquilos”.

La doctora no sabía mucho español cuando llegó a Perú trato de cuestionar el centro, pero para algo positivo y gracias a ello pudo hacer que el centro creciera y se hiciera mucho más conocido.

“Si, pero también nosotros en esos tiempos se usaban los cuartitos de timeout, o sea cuando un niño tenía pataletas, lo metías allí, y la doctora nos cuestionó. ¿A tu amigo cuando llora tú lo metes en un cuarto? No doctora, pero el libro dice, porque así decía. No, decía, tú le hablas le preguntas ¿por qué lo hace diferente? Porque él tiene autismo, él tiene habilidades diferentes, no, no, decía, ante todo son personas. Bueno ese fue el primer cambio que nos hizo, el trato con las personas. Segundo, la doctora nosotros estábamos aplicando los currículos en ese momento, yo recuerdo que a los niños les enseñábamos a arrugar los papeles, hacer bolitas, todo lo que deben haberle enseñado a tu hermano, y ella decía para que les enseñan eso. Ah le decíamos doctora porque acá dice que si le enseñamos eso va a aprender a escribir. Ella decía tengo la investigación. Le decíamos, dice el Ministerio de Educación que este libro...y ella decía, no, además me decía ella, Ud. ¿porque tiene que traer todos estos fisherprice acá?, si van a enseñarlas coordinación motora usen, lo que hacen en sus casas es enseñarles a pelar las alverjitas. Nos enseñó un currículo funcional natural, enseñarles con materiales de la vida y nos enseñó que si el alumno sabio 2 más 2 son 4 en un papel eso no significaba nada, tuvimos que enseñarles en la calle, practiquen en la calle. Entonces esas fueron las dos grandes contribuciones que esta doctora nos dio”.

Cuando la doctora Judith les indicaba cómo mejorar el centro ellas tenían que hacer lo que mencionaba y se dieron cuenta que los conocimientos no se encontraban en los libros, sino en la parte de práctica que la doctora Judith trajo de conocimiento anteriores fuera del país.

Proposición N° 5: Existe disponibilidad de canales de financiación para emprendedores.

Para esta proposición se busca identificar si las finanzas empresariales, pertenecientes a la dimensión de características contextuales de un emprendedor innovador, es considerado un elemento importante en la aparición de emprendimientos innovadores.

Este factor hace referencia a que, si las emprendedoras accedieron a canales de financiación para sus emprendimientos de forma accesible y eficiente, como, por ejemplo, bancos, préstamos, capitales, subvenciones, entre otros.

En el caso de Martha, al ser Wasic Organic al ser una Sociedad Anónima Cerrada con enfoque social, se forma gracias a los aportes de socios y la sociedad de capitales representaría una parte proporcional del mismo.

Wasi Organics fue financiada originalmente mediante los ahorros de Marta y Gianina, sin embargo, llegó un momento en el que se buscaba acelerar el crecimiento y el impacto del programa de Wasi Organics con los agricultores de la región. En ese momento las socias

decidieron emprender la búsqueda de un colaborador clave que funcionara como inversionista pero que al mismo tiempo fuera paciente e inteligente. Para ello, se dispusieron a buscar aquellas firmas que ayudan a que los emprendedores sociales crezcan. Así, Marta se encontró con Acumen 15 Funds, uno de los fondos de inversión de impacto sin fines de lucro más conocidos y antiguos de la región. Decidió reunirse con los miembros de este fondo y luego de un largo proceso que duró casi dos años, en 2015 Wasi Organics se convirtió en la nueva adquisición de Acumen Funds. Acumen ha sido un socio clave y un aliado estratégico en el desarrollo de Wasi Organics por tres razones. Primero, es una organización que entiende las dificultades y los retos de construir una empresa social. Segundo, es un apoyo financiero importante. Y tercero, gracias a su tamaño y reputación, es una fuente importante de networking. Hoy en día, Wasi Organics se apoya enormemente en este directorio.

“Yo no pido recursos si no tengo clarísimo en qué voy a invertir y no gastar. Entonces por eso cuando me preguntan siempre les digo eso. Otra cosa que me han ayudado muchísimo han sido mis socios.”

“Siempre me hacen una pregunta ahora tengo inversores que me dicen ¿No necesitas más dinero? Siempre les digo que no. Cada directorio que tengo ahora que tengo un directorio internacional me dicen ¿No necesitas más fondos? Yo les respondo que no y me dicen cómo es eso posible.”

En el caso de Liliana Mayo, tenemos otra figura, pues al ser una Organización no Gubernamental, pues es una empresa cuyo fin fundamental se base en el bien social, y al ser una entidad sin fines de lucro, tuvo que buscar los medios para buscar financiación, incluso fuera del país para que les brinden ayuda.

“Si ella ya nos estaba introduciendo porque teníamos que hacer una parte digital. Inclusive ella nos enseñó a luchar a convenios porque por ejemplo Canadá, a Canadá le pedimos, al Rotary, el Club de allá la que nos financiara un proyecto en que nosotros podíamos hacer la educación a distancia en Perú, pero que necesitábamos equipos digital y Rotary no quería, Rotary nos dijo no, ustedes tienen que empezar con el otro sistema y no nos convencemos pues en esos años nosotros queríamos digital, porque el digital era el que iba a durar”.

La doctora Judith trató de buscar las maneras de hacer que empresas pusieran atención al centro y poder generar financiación y ayuda ya que por el ámbito estatal no le brindaron financiamiento.

“Si ella ya nos estaba introduciendo porque teníamos que hacerlo una parte digital. Inclusive ella nos enseñó a luchar a convenios porque por ejemplo Canadá, a Canadá le pedimos, al Rotary, el Club de allá la que nos financiara un proyecto en que nosotros podíamos hacer la educación a distancia en Perú, pero que necesitábamos equipos digital y Rotary no quería,

Rotary nos dijo no, ustedes tienen que empezar con el otro sistema y no nos convencemos pues en esos años nosotros queríamos digital, porque el digital era el que iba a durar”.

Por eso se menciona que Judith fue una mentora excelente para la financiación y todo el sistema administrativo de la escuela de niños especiales ya que ella trataba de buscar la manera de conseguir una fuente de ingreso para los chicos que podrían beneficiarse de esto, por motivos económicos.

Proposición N° 06: Las formulaciones de políticas gubernamentales mejoran las condiciones del emprendedor y de la empresa.

Para esta proposición se busca identificar si las políticas gubernamentales, apoyo y pertinencia, pertenecientes a la dimensión de características contextuales de un emprendedor innovador, es considerado un elemento importante en la aparición de emprendimientos innovadores.

En el caso de Martha del Rio, ella menciona que el gobierno se presenta como un medio facilitador para poder llegar a las zonas alto andinas y además un medio que ayuda a los emprendedores a publicitar sus productos, como por ejemplo en algunas ferias o reconocimientos.

“De pronto viene una señora muy formal y nos dice que hemos quedado finalistas y que nos iban a entregar el premio. Resulta que esto es increíble porque estaba la oficina comercial peruana y vino hasta el Embajador del Perú porque nunca un producto peruano había quedado finalista tanto ni marca, empresa ni producto y nada”.

Wasi Organics también funciona bajo los lineamientos del Biocomercio este es definido por el Programa Nacional de Biocomercio y otras entidades como el “conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento o comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica”. Este concepto cuenta con siete principios entre los cuales están: conservación y uso sostenible de la biodiversidad, distribución justa de los beneficios derivados de la biodiversidad y sostenibilidad socioeconómica (Ministerio del Ambiente Perú, 2013). Wasi Organics opera bajo estos principios gracias a la integración de las pequeñas 20 asociaciones de agricultores andinos en su cadena de suministro que tiene como fin reducir la brecha de la pobreza de los pequeños agricultores.

Sin embargo, tanto Martha como Liliana Mayo, no mencionaron políticas gubernamentales dirigidos específicamente hacia emprendedores u otros factores y procesos comerciales que faciliten las actividades empresariales.

Martha del Río, resalta que, en el Perú, si quieres cambiar el sistema tienes que trabajar dentro de él. Es por ello, que Martha recurrió, al gobierno. Ella estaba segura de que, si podían convencer al Ministerio de Agricultura del valor de Wasi Organics, el gobierno, a su vez, apoyaría sus esfuerzos y facilitaría las presentaciones ante las asociaciones de agricultores y las autoridades locales, y así fue.

“Simplemente tocamos sus puertas y dijimos ‘mira, esto es lo que somos, esto es lo que nos gustaría hacer. ¿Cómo podemos trabajar juntos?’, Después de algunas reuniones, las cosas comenzaron a tomar forma. En el mejor de los casos, nos presentaban a grupos locales y al gobierno y, en otras ocasiones, nos proporcionaban un conductor y un camión. Pero a veces eso era todo lo que necesitábamos”.

Por otro lado, Liliana nos comentó que, para aquellos años, el gobierno, obligaba a las personas a ejercer una profesión o un trabajo que hacía que se sintieran molestos e incómodos al ejercerlo y por tal motivo hacían que tanto los tratos y/o condiciones de trabajo, no sean las óptimas.

“Me decía sabes, tú vas a ir de castigo 3 meses, tres meses te mando de castigo a Educación Especial. 3 meses ¡yo de educación no quería saber nada, no tenía interés, no sabía de personas con en ese momento le llamaban excepcionales, discapacitados, entonces le dije, bueno y no hay forma de que usted me levante el castigo. Usted se va 3 meses castigada allí y yo me aseguro de que nadie la reciba. ¡uy dije bueno acá hay que hacer el castigo no más, no me queda otra”.

Después de eso Liliana quería ingresar a un centro al menos como directora para que pudiera mejorar las condiciones de los niños especiales, pero se dio cuenta que nadie quería estar en ese centro, solo lo hacían por oposición al gobierno o por un castigo que les ponía el Estado.

“Y comencé averiguar y le comenté al Ministerio de Educación de mi país, le pido, le presento mi plan, lo escribí y el Ministerio me dice ¿Por qué te vamos a mandar a dirigir un centro del gobierno?, pero algo me dijo ¡Anda míralo primero, habla con las personas que están ahí!. Y fui, y les preguntaba, ¿qué interesante que usted esté enseñando a estos niños?, todos me decían yo no quiero hacer lo que estoy haciendo, yo estoy castigado acá. Yo soy profesor regular, pero por oposición al gobierno[...]

“En esos años no había unos tratamientos efectivos, pero a mí lo que me preocupó es que toda la gente estaba castigada”

“Claro era el momento de la revolución educativa, la revolución agraria, todo al que no le gustaba el gobierno, a Educación especial, ahí que vaya hacer algo con estos chicos que no saben hacer nada” “¡Ni hablar!;, dirigir un centro donde nadie quiere trabajar”.

Aquí Liliana Mayo en este punto ya quería mejorar la calidad de trato con los niños especiales y también crear un centro que ayude a la mejora y el plan que ella venía pensando y se estaba dando cuenta gracias al acontecimiento que ella miraba que no eran los correctos para mejorar las condiciones de los niños especiales.

Como podemos apreciar, ambas emprendedoras, no ven al gobierno como una entidad que ayude a eliminar los obstáculos para su crecimiento, como las culturas anticompetitivas, los sistemas tributarios injustos para las pequeñas empresas, la “burocracia” innecesaria o mediante la formulación de políticas que mejoren las condiciones del emprendedor.

Proposición N° 07: Las instituciones educativas en la etapa escolar y post escolar inculcan a los estudiantes el espíritu empresarial.

Para esta proposición se busca identificar si la educación para el emprendimiento en la etapa escolar, pertenecientes a la dimensión de características contextuales de un emprendedor innovador, es considerado un elemento importante en la aparición de emprendimientos innovadores.

Respecto a este punto Martha no menciona que durante la etapa escolar recibió algún curso en dónde inculquen y fomenten el emprendimiento entre sus estudiantes. Al igual que Liliana Mayo, se asume que por aquellos años, el emprendimiento se veía como un factor irrelevante e inalcanzable, la educación era tradicional basada en la transmisión de información, centrándose únicamente en la memorización y no adoptando un modelo educativo que proporcione a los alumnos habilidades para el éxito en la vida, a la vez que se les ayuda a desarrollar su talento, desarrollando la creatividad, la inteligencia emocional y en potenciar el espíritu emprendedor de los estudiantes. Si bien, ambas emprendedoras tienen esas habilidades desarrolladas, es porque ellas nacieron o fueron adquiriendo esa capacidad emprendedora durante el camino y la experiencia de vida.

Por ejemplo, Liliana Mayo, comenta que ella tenía problemas para pronunciar la “R” se le hacía complicado hablarla, algunos compañeros se burlaban y algunos profesores se fijaban en eso, ellos se fijaban en lo que Liliana no puede hacer para mejorar haciendo que tenga algunos obstáculos para aprender.

“Hablé mal hasta la universidad. En el colegio mis compañeras me decían Liliana ¿cuántos deméritos vamos a recibir tles? porque no podía, pero fíjate tuve padres, profesores que nunca se concentraron en eso porque yo no podía manejar de derecha a izquierda, nadie quería que yo dirija nunca la cola porque si decían derecha yo me iba para la izquierda, nadie quería que yo estuviera a su lado, porque bailaba o algo porque no tenía muy buena coordinación motora”.

Pero también existen profesores que si la apoyaron al igual que sus padres para que se pueda enfocar más en sus habilidades que sus debilidades.

“Pero tuve eso, profesores y padres que se concentraron en mis habilidades, en lo que tenías y en lo que importaba no se concentraron en eso y también fueron padres que me dieron tareas que hacer de chiquita, no fui la niña que la dejaban y que las empleadas hicieran todo, sino que siempre me enseñaron”.

En las escuelas existen dos tipos de profesores, los que en realidad no sienten pasión en lo que hacen y los que en realidad están ahí para ayudarte y mejorar las habilidades que tienes y no concentrarse en los errores. El colegio, si bien es cierto, no tuvo asignaturas en específico enfocados al emprendimiento, sí le sirvió como fuente de desarrollo para sus habilidades como emprendedora, de forma empírica.

Este factor también mide la inclusión de materias de emprendimiento en programas posteriores a la escuela, como universidades, escuelas de negocios y centros vocacionales. Incluye la efectividad de la educación post-escolar y sistemas educativos en la construcción de las habilidades empresariales de los estudiantes, de hecho, Martha del Rio, en la época que emigró a Europa, estudió su maestría en Marketing en ICADE ubicado en España, posteriormente realizó su MBA en INSEAD en Francia. En su vida académica siempre busco la calidad, pues para ella era muy importante formarse. Por este medio, Marta fortaleció sus credenciales, con uno de los MBA más prestigiosos del mundo y sobretodo se encontró con un ambiente en el que se sentía cómoda pues en dicha institución valoraba enormemente los estudiantes críticos y tenía un sistema educativo en donde se enfocaban en la construcción y desarrollo de habilidades empresariales de los estudiantes.

“Luego me dijeron que los convencieron también las referencias y que se dieron cuenta que yo era una onlyer y que a ellos les encantan los onlyer. Les encantan en esa época no. Me dijeron algo que para mí era no se música para mis oídos. Me dijeron nos encanta la gente que cuestionan, status quo, yo decía wau no me lo puedo creer. Total, las referencias de mis trabajos anteriores que eran todo lo que yo hacía lógicamente. Les encantaron y así que me aceptaron. Entonces me encontré feliz y fue una experiencia maravillosa porque se parecían mucho a mí”.

Proposición N° 08: La existencia de inequidades sociales y problemas ambientales alienta la realización de los emprendimientos de orientación social de las mujeres.

Para esta proposición se busca identificar si las oportunidades que ofrece el mercado interno para reducir brechas de inequidad, pertenecientes a la dimensión de características contextuales de un emprendedor innovador, es considerado un elemento importante en la aparición de emprendimientos innovadores.

Por un lado, Marta se define como una bussiness woman, una visionaria que va contra la corriente y se cuestiona el Statu Quo.

“Tal como le había inculcado mi abuela, mi madre siempre me recordó que crecí teniendo acceso a cosas que otros no tenían”.

Educada en Europa y con una carrera profesional exitosa, recuerda los valores inculcados por su familia y siente que debe retornar al Perú y hacer algo para generar impacto social y ambiental, usando los recursos nacionales.

Por otro lado, Liliana Mayo menciona “a mí no me detiene un No, sólo hace el camino más interesante”. “De mis padres aprendí a luchar para alcanzar mis sueños.”

Durante sus estudios de Psicología conoció a Patty, su gran inspiración, una niña con autismo de la que no se esperaba nada.

Liliana hace nacer un centro de educación para niños con habilidades especiales, inicialmente en el garaje de su casa y con el apoyo de su familia y amigos.

La conciliación de sus motivaciones y sueños aprendidos en su niñez, surgen ante la constatación de inequidades y deciden intervenir con su emprendimiento de orientación social.

5.3. Análisis de los dos casos de estudio triangulando la información con otras fuentes

Una vez realizado el análisis de las 07 proposiciones y de acuerdo a los hallazgos encontrados, los factores que influyeron en la aparición de emprendimientos innovadores en un migrante retornante son los factores internos cuyos elementos como “atributos de un migrante retornante” y “características de un emprendedor innovador” fueron los que tuvieron una recurrencia del 36.08% y 34.02 respectivamente. Seguidamente del factor contextual cuyo elemento “características contextuales de un emprendedor innovador” obtuvo un 29.90%.

Tabla 6: Resumen de frecuencias de factores internos y factores contextuales.

FACTORES	ELEMENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACTORES INTERNOS	Atributos de un migrante retornante	22.00	32.00%
	Características internas de un emprendedor innovador.	33.00	44.00%
FACTORES CONTEXTUALES	Características contextuales de un emprendedor innovador.	12.00	24.00%
		50.00	100.00%

Fuente: Elaboración propia

5.3.1. Análisis del factor interno

Respecto a los factores internos, uno de los elementos más resaltantes en la aparición de emprendimientos innovadores, fueron los atributos del migrante retornante, cuyas dimensiones con más recurrencias fueron: la Red de Contactos con un 56% y finalmente los Conocimientos y Habilidades con un 44%.

Tabla 7: Resumen de frecuencias de factores internos – Atributos de un Migrante Retornante.

ELEMENTOS	DIMENSIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atributos de una migrante retornante	Red de contactos	9.00	56.00%
	Conocimientos y habilidades	7.00	44.00%
		35.00	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Continuando con el factor interno, otro de los elementos más resaltantes en la aparición de emprendimientos innovadores, fueron las características de un emprendedor innovador, cuyas dimensiones con más recurrencias fueron: Capacidad y competencias con un 55.00% y seguido de Motivaciones con un 45.00%.

Tabla 8: Resumen de frecuencias de factores internos – Características internas de un emprendedor innovador.

ELEMENTOS	DIMENSIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Características internas de una emprendedora innovadora.	Capacidad y competencias	12.00	55.00%
	Motivacionales	10.00	45.00%
		22.00	100.00%

Fuente: Elaboración propia

5.3.2. Análisis del factor contextual

Respecto a los factores contextuales, tenemos un solo elemento llamado características contextuales de un emprendedor innovador, vemos que la dimensión más valorada por nuestros emprendedoras está asociado a la educación emprendedora en la etapa escolar y post con un 33.00%, Políticas gubernamentales, apoyo y pertinencia con un 27.00%, Finanzas empresariales con un 20.00% y emprendimiento con valor social en las mujeres un 20%.

Tabla 9: *Resumen de frecuencias de factores contextuales – Características contextuales de un emprendedor innovador.*

ELEMENTOS	DIMENSIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Características contextuales de una emprendedora innovadora.	Educación emprendedora en la etapa escolar y post escolar	6.00	33.00%
	Políticas gubernamentales, apoyo y pertinencia	4.00	27.00%
	Finanzas empresariales	3.00	20.00%
	Emprendimiento con valor social en las mujeres	3.00	20.00%
		29.00	100.00%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 10, a continuación, muestra un resumen comparativo de las ideas más importantes y los hallazgos encontrado por cada proposición para los dos casos estudiados, así como también la validación para cada proposición planteada con los sustentos respectivos.

Tabla 10: Validación de las proposiciones al cruzar los dos casos estudiados.

PROPOSICIONES	MARTHA DEL RÍO (WASI ORGANICS)	LILIANA MAYO (ANN SULIVAN)	VALIDACIÓN
FACTORES INTERNOS			
1. Las capacidades y competencias como las habilidades y conocimientos impulsan al individuo a generar emprendimientos.	Emprendedora con grandes capacidades y habilidades para el estudio, siendo una persona que destacaba en el ámbito educativo, presentando aptitudes destacables. Con una rápida capacidad de aprendizaje y con conocimientos, herramientas y estrategias necesarias para poder emprender, además con una larga y destacable experiencia en el ámbito laboral, sirvió como soporte para generar emprendimiento.	Emprendedora cuyas aptitudes desarrolladas a lo largo del proceso emprendedor, la obtuvo mediante una mentora que le brindó todos los conocimientos necesarios para que su emprendimiento pudiera resaltar por su calidad y prestigio. Ella a través de su experiencia pudo transferir y brindarle el soporte necesario para que su emprendimiento tome el rumbo adecuado, además de las herramientas obtenidas durante la época de estudio de postgrado.	Se valida la proposición. En ambos casos de estudio los conocimientos, capacidades, habilidades y competencias características de ambas emprendedoras resultan de la evolución paulatina como resultado de la experiencia (laboral) y aprendizaje (en aulas), fueron un medio de impulso y seguridad para iniciar con sus emprendimientos.
2. La motivación es un factor que propicia la aparición de emprendimiento innovadores.	La motivación principal es el deseo de ser una fuente de inspiración para toda aquella persona deseosa de ser un agente de cambio en la sociedad y generador de	Deseo de ser ese agente de cambio que permita que las personas con habilidades especiales tener las mismas oportunidades y	Se valida la proposición. En ambos casos, las emprendedoras encontraron la motivación para emprender debido a la desestabilización que generaron ciertas situaciones en la vida, por un lado, tenemos a Martha que al evidenciar la desigualdad en las zonas alto andinas y el deseo de generar un impacto social positivo decide crear una empresa diferente. Y por otro lado tenemos a Liliana que busca la igualdad de condiciones para personas con habilidades especiales.

PROPOSICIONES	MARTHA DEL RÍO (WASI ORGANICS)	LILIANA MAYO (ANN SULIVAN)	VALIDACIÓN
	<p>impacto en el Perú. La motivación de impactar de manera positiva su país, el deseo de un cambio social y la identificación de una oportunidad en la biodiversidad, fueron la fórmula perfecta para desarrollar una empresa “diferente”.</p>	<p>condiciones de vida justa, encontrándose con un gran desafío que debería saber sobrellevar para encontrar esa igualdad de condiciones, promoviendo, protegiendo y asegurando el goce pleno de todos los derechos humanos y libertades fundamentales, promoviendo principalmente el respeto de la dignidad inherente de las personas con habilidades especiales.</p>	
<p>3. La red de contactos desarrollada durante la experiencia internacional contribuye en el nacimiento de emprendimientos.</p>	<p>La emprendedora crea en el extranjero una red de contactos importantes, dentro de ellos, el más resaltante y el que le permitió en un futuro iniciar el camino del emprendimiento fue con compañera del MBA realizado en INSEAD Francia. Ambas estaban en busca de novedad en las empresas, querían crear un negocio</p>	<p>La emprendedora al fundar su centro obtuvo la ayuda de colegas, de sus padres y de muchas personas hasta personas de la realeza que poco a poco iban ingresando en la vida de Liliana por un fin en común, mejorar el centro de educación especial. Sin embargo, un contacto que causó impacto en su emprendimiento fue la doctora Judith Leblanc de la Universidad de Kansas,</p>	<p>Se valida la proposición. La red de contactos, cuyas relaciones o lazos fueron creados durante la estadía en el extranjero, con personas que tienen intereses similares, podemos considerarlo una estrategia que permitió, a ambas emprendedoras, crear sinergias y oportunidades laborales y de negocios una vez establecidas en su país de origen.</p>

PROPOSICIONES	MARTHA DEL RÍO (WASI ORGANICS)	LILIANA MAYO (ANN SULIVAN)	VALIDACIÓN
	rentable y que generará un impacto positivo.	quien fue la mentora y la guía durante todo el proceso de crecimiento del centro Ann Sullivan.	
4. El migrante retornante mejora sus habilidades y conocimientos los cuales son un recurso importante en el proceso emprendedor.	La emprendedora durante su estadía en el extranjero estudió en España un Master en marketing en ICADE y posteriormente realizó su MBA en INSEAD en Francia. En su vida académica siempre buscó la calidad, pues para ella era muy importante formarse.	La emprendedora durante su estadía en el extranjero estudió su doctorado en EEUU, sin embargo, su etapa académica fue un poco ajetreado, pues hacía que su pequeño hijo estudiase un semestre en EEUU y otro aquí en Perú, pues para ella lo más importante era adquirir conocimientos para luego ser transmitidos a sus colegas en Perú y de esta forma seguir avanzando progresivamente.	Se valida la proposición. Ambas emprendedoras, durante todo su proceso migratorio, obtuvieron conocimiento técnico que les fue de utilidad para su emprendimiento, las dos tienen en claro que el estudio es un factor, juntamente con otros, que contribuyen al mejor desarrollo de las sociedades, pues hace que las posibilidades de mejorar aumenten exponencialmente, así como su desarrollo económico y la calidad de estas.
FACTORES CONTEXTUALES			
5. Existe disponibilidad de canales de financiación para emprendedores.	Wasi Organics fue financiada originalmente mediante los ahorros de Marta y Gianina, sin embargo, llegó un momento en el que se buscaba acelerar el crecimiento y el impacto del programa. Para ello, se	El Centro ANN SULLIVAN no está ligado al estado, eso significa que para pedir un financiamiento ellos tenían que buscar alguna empresa ya sea dentro o fuera del país para que les pudieran generar un	Se valida la proposición. En el caso de Wasic Organics, cuenta con el fondo de inversión llamado Acumen 15 Funds, entidad encargada de invertir en empresas en etapa inicial, apoyando a empresas establecidas de alto potencial para catalizar soluciones escalables que brinden retornos sociales y financieros. En el caso del Centro Ann Sullivan, al ser una ONG, la disponibilidad de financiación es más retardada y toma mucho más tiempo, pero la posibilidad de financiación está disponible.

PROPOSICIONES	MARTHA DEL RÍO (WASI ORGANICS)	LILIANA MAYO (ANN SULLIVAN)	VALIDACIÓN
	<p>dispusieron a buscar aquellas firmas que ayudan a que los emprendedores sociales crezcan. Así, Marta se encontró con Acumen 15 Funds, uno de los fondos de inversión de impacto sin fines de lucro más conocidos y antiguos de la región.</p>	<p>financiamiento o algún donativo para el centro.</p>	
<p>6. Las formulaciones de políticas mejoran las condiciones del emprendedor y de la empresa.</p>	<p>Wasic Organics, recurre al estado ante ciertas situaciones, para que ellos faciliten los recursos y poder llegar a las zonas alto andinas con poca accesibilidad por abandono del gobierno. El gobierno se presenta como un medio facilitador que ayuda a los emprendedores a publicitar sus productos, como por ejemplo en algunas ferias o reconocimientos.</p>	<p>El Centro Ann Sullivan, no recibe apoyo del gobierno o algún recurso que mejore las condiciones de los niños con habilidades especiales.</p>	<p>No se valida la proposición. Ambas emprendedoras no mencionaron políticas gubernamentales dirigidos específicamente hacia emprendedores u otros factores y procesos comerciales que faciliten las actividades empresariales. Ambas emprendedoras, no ven al gobierno como una entidad que ayude a eliminar los obstáculos para su crecimiento, como las culturas anticompetitivas, los sistemas tributarios injustos para las pequeñas empresas, la “burocracia” innecesaria o mediante la formulación de políticas que mejoren las condiciones del emprendedor.</p>
<p>7. Las instituciones educativas en la etapa escolar y post escolar inculcan a los estudiantes el espíritu empresarial.</p>	<p>La emprendedora menciona que las habilidades empresariales fueron desarrolladas durante el camino y la experiencia de vida.</p>	<p>El colegio, no tuvo asignaturas en específico enfocados al emprendimiento, sí le sirvió como fuente de desarrollo para algunas habilidades.</p>	<p>Se valida la proposición parcialmente. Ambos casos de estudios coinciden que durante los primeros años de educación las escuelas no fomentan a los estudiantes una cultura emprendedora, que les permita inculcar y descubrir de manera gradual aptitudes, conocimiento y habilidades emprendedoras que los animen a desarrollar sus ideas innovadoras hasta crear pequeñas empresas sostenibles.</p>

PROPOSICIONES	MARTHA DEL RÍO (WASI ORGANICS)	LILIANA MAYO (ANN SULIVAN)	VALIDACIÓN
<p>La educación recibida, para la época, fue tradicional, no recibieron educación con un modelo educativo que ayude a desarrollar el talento, desarrolle la creatividad, la inteligencia emocional y por ende potenciar el espíritu emprendedor de los estudiantes.</p> <p>Martha del Rio, en la época que emigró a Europa, estudió su maestría en Marketing en ICADE ubicado en España, posteriormente realizó su MBA en INSEAD en Francia. En su vida académica siempre busco la calidad, pues para ella era muy importante formarse. Por este medio, Marta fortaleció sus credenciales, con uno de los MBA más prestigiosos del mundo y sobretodo se encontró con un ambiente en el que se sentía cómoda pues en dicha institución valoraba enormemente los estudiantes críticos y tenía</p>	<p>Liliana contó con profesores en la universidad que le enseñaron lo que significaba emprender y gracias a esos valores que aprendió, pudo buscar maneras de cómo mejorar la realidad peruana en esos tiempos.</p>	<p>Sin embargo, ambas emprendedoras recibieron a nivel educativo materias de emprendimiento en programas posteriores a la escuela, como universidades, escuelas de negocios y centros vocacionales. Incluye la efectividad de la educación post-escolar y sistemas educativos en la construcción de las habilidades empresariales de los estudiantes los cuales fortalecieron sus conocimientos y habilidades durante el proceso de emprendimiento.</p>	

PROPOSICIONES	MARTHA DEL RÍO (WASI ORGANICS)	LILIANA MAYO (ANN SULIVAN)	VALIDACIÓN
	<p>un sistema educativo en donde se enfocaban en la construcción y desarrollo de habilidades empresariales de los estudiantes.</p>		
<p>8. La existencia de inequidades sociales y problemas ambientales alienta la realización de los emprendimientos de orientación social de las mujeres</p>	<p>Marta se define como una bussiness woman, una visionaria que va contra la corriente y se cuestiona el Statu Quo. <i>“Tal como le había inculcado mi abuela, mi madre siempre me recordó que crecí teniendo acceso a cosas que otros no tenían”</i>. Educada en Europa y con una carrera profesional exitosa, recuerda los valores inculcados por su familia y siente que debe retornar al Perú y hacer algo para generar impacto social y ambiental, usando los recursos nacionales.</p>	<p><i>“a mí no me detiene un No, sólo hace el camino más interesante”</i>. De mis padres aprendí a luchar para alcanzar mis sueños. Durante sus estudios de Psicología conoció a Patty, su gran inspiración, una niña con autismo de la que no se esperaba nada. Liliana hace nacer un centro de educación para niños con habilidades especiales, inicialmente en el garaje de su casa y con el apoyo de su familia y amigos.</p>	<p>Se valida la proposición, la conciliación de sus motivaciones y sueños aprendidos en su niñez, surgen ante la constatación de inequidades y deciden intervenir con su emprendimiento de orientación social.</p>

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones:

El objetivo principal de la presente investigación es determinar de qué manera el migrante retornante femenino contribuye en la generación de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú.

En base a la teoría analizada y para fines de estudio se dividieron en factores internos y contextuales.

Se demuestra que las migrantes retornantes femeninas adquieren ideas y rasgos emprendedores que al llegar al País ponen en práctica, vienen con valores como la perseverancia, la responsabilidad y el sentimiento de hacer mejorar que ayuden a más personas del país a emerger y mejorar la calidad de vida, también se verifica que la mayoría de ideas internacionales generan una mejora en la calidad de bienes y servicios y se tendría que tener prioridad de estudio y evaluación.

Los factores internos hacen referencia a aquellas características y atributos individuales inherentes que tienen las emprendedoras y las migrantes retornantes para tomar la decisión de asumir nuevos retos de emprendimientos innovadores en su país de origen. A pesar de que no se puede definir un perfil de un emprendedor universal pues la historia y entorno de cada quién influye en su desarrollo, sin embargo, existen enfoques en común que se aprovechó para proponer un esquema general en base a la teoría revisada.

Por otro lado, los factores contextuales, son factores del entorno que facilitan o limitan el emprendimiento como las políticas gubernamentales, el apoyo financiero, la educación, infraestructura comercial y profesional en el medio emprendedor, así como también la infraestructura física y la dinámica del mercado interior, siendo ellos algunos de los principales factores que fomentan o dificultan el emprendimiento relacionándolo específicamente con condiciones del contexto del marco empresarial.

Para fines de estudio se emplearon dos entrevistas a mujeres emprendedoras con una larga trayectoria de éxito que decidieron formar sus empresas dentro del país para contribuir con la generación de puestos de trabajo, ayudar a la sociedad, transferencia de conocimientos del primer mundo al tercer mundo y darse a conocer como mujeres empoderadas.

Contribución del migrante retornante femenino en la aparición de emprendimientos innovadores

Pareciera que el migrante retornante femenino es más proclive a realizar emprendimientos innovadores, ya que, la experiencia internacional, que trae consigo, al retornar a su país de origen, a través de conocimientos, habilidades, aumenta su visión estratégica sobre el manejo de una empresa, además, de tener un conocimiento holístico sobre los emprendimientos y como mitigar los obstáculos a la hora de innovar.

Y como bien lo menciona Amaya Arciniegas, M. C., Arboleda Cañaverl, A., & Hernández Vergaño, W. D. (2018), el migrante enfrenta una serie de retos cuando sale al país de destino, los cuales lo ayudan a obtener experiencias y conocimiento para el futuro, suelen mantener contacto con su país de origen. Con la experiencia internacional, el migrante retornante posee facilitadores para los negocios, comparan y analizan oportunidades y amenazas de diferente manera que los emprendedores que no salieron del país.

Por otro lado, en ambos casos, el emprendimiento innovador se da a pesar de las condiciones desfavorables del entorno, en este caso de su país de origen. En las entrevistadas, fueron los factores internos que permitieron e impulsaron el desarrollo de los emprendimientos, a pesar de las diversas circunstancias a las que se enfrentan, pues es importante indicar que, en el Perú, nos encontramos en un entorno de innovación en vías de desarrollo.

Otra conclusión del estudio realizado tiene implicancia en la relevancia de los factores internos del emprendedor, es decir, la generación de emprendimientos innovadores se da porque el individuo posee características individuales emprendedoras y porque, además, el migrante adopta una serie de atributos cuando sale del país de origen y el mix de estas desencadenan en un proceso de innovación y llega a concretarse con algún emprendimiento al momento de su retorno al país natal.

En los casos estudiados, las entrevistadas indicaron la recurrencia de los factores que influyeron en la aparición de emprendimientos innovadores en un migrante retornante, siendo los factores internos cuyos elementos como “atributos de una migrante retornante”

y “características de una emprendedora innovadora” los que tuvieron una recurrencia del 32.00% y 44.00% respectivamente.

Respecto a los “atributos de una migrante retornante”, las dimensiones más recurrentes fueron: la Red de Contactos con un 56%, y finalmente los Conocimientos y Habilidades con un 44.00%.

Respecto a “características de una emprendedora innovadora” las dimensiones más recurrentes fueron: Capacidad y competencias con un 55.00%, seguido de Motivaciones con un 44.00%.

La migrante retornante femenina, generó mejores contribuciones con respecto a las innovaciones de sus empresas con cualidades como la perseverancia, la responsabilidad, el afecto a las personas de su país para generar una mejora continua y de calidad a la empresa que está manejando.

Contribuyen con mejorar gracias a las ideas aprendidas en el exterior del País la empresa o servicio, con ideas innovadoras y muy constructivas para el desarrollo de capacidades únicas para la empresa que manejan o brindan un servicio.

Las características internas de una emprendedora innovadora como la capacidad y competencia y las motivaciones influyen en la aparición de emprendimientos innovadores.

Los conocimientos, capacidades, habilidades y competencias características de ambas emprendedoras resultan de la evolución paulatina como resultado de la experiencia (laboral) y aprendizaje (en aulas), fueron un medio de impulso y seguridad para iniciar con sus emprendimientos.

Ambas se caracterizan por poseer una rápida capacidad de aprendizaje y con conocimientos, herramientas y estrategias necesarias para poder emprender, además con una larga y destacable experiencia en el ámbito laboral, sirvió como soporte para generar emprendimiento.

Efectivamente, existen habilidades y conocimientos particularidades que permiten a las emprendedoras distinguirse de los otros, y que provocan que el individuo actúe de una determinada manera, en consonancia con el rasgo que lo definen.

Por otro lado, es muy importante la motivación y la forma en que moldea la personalidad de una persona desde la infancia, para que puede atraer mejor cultura, mejor aprendizaje y mejores valores, que le ayuden a brindar mejores formas de innovar y emprender a pesar de los errores que puedan tener los migrantes al momento de generar un nuevo tipo de emprendimiento o empresa.

Siempre existirá problemas en las empresas que son generadas por las diásporas o los emigrantes que retornan, pero gracias a un buen control para afrontar los problemas o la motivación que impulsa al migrante a no desistir de su idea de negocio, también estos problemas le pueden generar una motivación extra al emprendedor para mejorar su innovación.

En el caso de Liliana Mayo desde niña sus padres le enseñaban frases de autores referentes a motivación, esfuerzo, de nunca rendirse, entre otros. Eso le brindo a Liliana los rasgos característicos de una persona líder que impulso al centro a mejorar continuamente en todos los aspectos hasta obtener una reputación internacional que gracias al esfuerzo y la dedicación de Liliana y la doctora LeBlanc pudieron sacar al centro adelante. Por otro lado, Martha del Río la motivación estuvo presente al querer superarse, pues desde muy temprano en su vida se dio cuenta que en su país natal había un techo de cristal para las mujeres, por lo que decidió realizar sus estudios superiores en Europa, de esta forma, tendría más oportunidades y podía adquirir experiencia internacional.

Las motivaciones se ven reflejados en las dos emprendedoras, estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta de la persona hacia metas o fines determinados; es el impulso que mueve a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación.

Importante recalcar, que la educación, procedencia y el sexo en ambos casos, fueron un factor a considerar para este análisis. Es importante mencionar el emprendimiento innovador femenino, tomó un rol importante gracias a las bases recibidas de generación en generación hacia Martha y Liliana.

Los atributos que adquiere una migrante retornante durante la estadía en el extranjero influyen en la aparición de emprendimientos innovadores.

Existen diversas razones para dar el paso de vivir una experiencia en el extranjero, ya sea esporádicamente, por meses, años e incluso llegar a establecerse del todo en otro país.

El impacto que esto generó, en ambas migrante retornantes al momento de generar su emprendimiento es significativo, si nos enfocamos a nivel diversidad cultural esto permitió obtener nuevas formas de pensar, adoptar nuevas perspectivas, conocer nuevas formas de vivir y pensar y sobre todo desarrollar una visión más completa sobre el entorno, que posteriormente contribuyeron en la materialización de la idea de negocio y de empresa en el país de origen y además el haber vivido en otro país te ofrece la oportunidad de poder analizar a tu propia cultura en términos relativos, y como lo menciona Poblete, C., & Mandakovic, V. (2017) el efecto de la diversidad cultural; la experiencia que da vivir en países desarrollados les otorga una visión más amplia que no se tiene en los países de origen. Esto se da porque al estar en economías con mejores oportunidades que atraen una mezcla cultural importante, se tiene migrantes de todas partes del mundo, lo cual contribuye a una diversidad que amplía el desarrollo de conocimiento.

Por otro lado, es importante destacar el desarrollo de la red de contactos internacional, que, de alguna u otra forma, permitieron a las emprendedoras, conocer gente de otras culturas y mantener una base sólida de contactos de otras partes del mundo que a la larga reportaron beneficios en los años venideros al momento del emprendimiento. En el caso de Martha del Rio, estudiar en la universidad de Francia le permitió conocer a su socia y para Liliana Mayo, su profesora del doctorado de EE. UU. se convirtió prácticamente en su mentora durante el proceso emprendedor. La red de contactos, cuyas relaciones o lazos fueron creados durante la estadía en el extranjero, con personas que tienen intereses similares, podemos considerarlo una estrategia que permitió, a ambas emprendedoras, crear sinergias y oportunidades laborales y de negocios una vez establecidas en su país de origen.

Finalmente, respecto al desarrollo de habilidades en el extranjero, al analizar ambos casos de estudio, se concluye que la educación es sumamente importante para la formación de

los profesionales, el migrante retornante con educación aprendida en el exterior, mejora sus habilidades y conocimientos los cuales son un recurso importante en el proceso emprendedor y una vez sean aplicados en el país de origen podrían posicionarte un escalón por encima de quienes sólo han enfocado su carrera a nivel local, así como lo menciona Amaya Arciniegas, M. C., Arboleda Cañaverl, A., & Hernández Vergaño, W. D. (2018) al tener experiencia internacional, el migrante retornante mejora las habilidades y el conocimiento, además que la experiencia de trabajo por cuenta propia en el país anfitrión y experiencia acumulada en ciertas industrias específicas aumentan su visión para detectar oportunidades de emprendimiento.

En el caso de Martha del Río, durante todo el tiempo que estuvo fuera del país como diáspora, trabajó para las multinacionales más importantes del mundo y luego de romper un paradigma importante de las mujeres y madres en el mundo corporativo, decidida a cambiar el rumbo de su vida, retorna al Perú con la vivencia de haber estado en sociedades completamente distintas, en dónde pudo evaluar y analizar todos los procesos y estrategias de las compañías en las cuales había laborado y tomarlos como punto de referencias para sus futuras estrategias, con la intención de aprender de la experiencia de los demás para mejorar su propio negocio en el Perú.

Las características contextuales de una emprendedora innovadora influyen en la aparición de emprendimientos innovadores.

Una de las características contextuales deriva de la educación recibida en la etapa escolar y post escolar. Respecto al espíritu empresarial inculcado en la etapa escolar en los emprendimientos estudiados, esta dimensión ubicada dentro de los factores contextuales llamó la atención porque en el análisis de frecuencia fue prácticamente nulo. Quiere decir que ninguna de las emprendedoras recibió algún estímulo emprendedor durante su etapa escolar. Tal vez sea porque en esa época en el Perú la curricula escolar era totalmente diversa a la actual.

Si bien es cierto, identificamos a personas que nacen con ciertos rasgos y cualidades idóneas para el emprendimiento, gran parte de estas son adquiridas. Es por esta razón que

el inculcar y poner en práctica el emprendimiento en la educación es la clave para que los emprendedores a futuro sean capaces de crear, innovar y adaptarse a los cambios. Hoy en día, las empresas buscan a profesionales capacitados, que sean capaces de enfrentar cualquier desafío, con la tenacidad de liderar proyectos y con habilidades blandas y duras muy avanzadas y la mejor forma es desarrollarlas desde la infancia, por eso es fundamental inculcar a los niños algunos pilares que estimulen el perfil emprendedor. Estas cualidades son inherentes a la educación, como bien sabemos, el entorno familiar y social, así como también la educación, son esenciales para conformar personas que tengan la capacidad emprendedora desde los primeros años de vida.

Como se sabe, el Perú es un país emprendedor, pero no es suficiente. El actual Diseño Curricular Básica Regular del Ministerio de Educación publicada en el 2018, hace referencia en cuanto a las características y competencias que los estudiantes tienen que haber adquirido durante su etapa escolar, y se establecen varias asociadas a las actividades emprendedoras como la creatividad e innovación y muestras capacidades y actitudes entre ellas: La muestra a la disposición emprendedor, voluntad y automotivación para el logro de sus metas, muestra de autonomía para tomar decisiones y actuar, disposición para trabajar cooperativamente y disposición para liderar y valora la biodiversidad del país y se identifica con el desarrollo sostenible.

Esto forma parte de un avance de la educación emprendedora en el país, es decir, que la educación para el trabajo educativa ha evolucionado de una visión tradicional de la formación para el trabajo dependiente a una visión más moderna y emprendedora.

Con respecto a la etapa post escolar, generan una visión de la realidad del País ya que te da una visión de la realidad que pasa en ese momento, dando ideas para poder mejorar la calidad de servicios brindados en esos momentos y hacer una mejora par el futuro, de manera innovadora.

Finalmente, se concluye que la ineficiente labor del estado, sus políticas y prácticas, hacen que la gran mayoría de empresas que tratan de sobresalir tengan problemas u obstáculos que a su vez terminen cerrando la empresa o desmotivando a mucha gente a irse a la vía informal ya que lo ven una manera más factible para generar mayores ingresos.

Gracias a la ineficiencia del estado peruano en promover la ayuda a los pequeños y medianos empresarios, la gran mayoría opta por volverse informales, pero eso se menciona que en el Perú el 75.2% de los empresarios peruanos son informales y esa cifra demuestra la poca eficiencia del estado para ayudar a los empresarios a cambiar la idea

que tienen de que la informalidad conviene mucho más que lo formal y eso a su vez es un ancla para el PBI ya que estos puestos de trabajo informal no aportan impuestos al estado, el estado debería ganarse la aprobación de los emprendedores informales ya que eso sería una ayuda para los ingresos de capital al estado peruano y mejoraría la información y control sobre las empresas formales y también las continuas innovaciones que pueden ofrecer los comerciantes informales.

Liliana tuvo bastantes obstáculos en épocas de terrorismo, aquí en Perú escaseaba los productos, salir del país era casi imposible, aparte que las aduanas eran corruptas y cobraban lo que querían para que un producto pase, los profesionales veían un castigo ayudar a los niños especiales, eran tiempos muy difíciles para emprender un negocio y cuando Liliana le pidió ayuda al estado, este mismo se la negó y le puso obstáculos como quien verificara que el dinero que ellos dieran iban para los niños, o la ayuda con expertos del área para la mejora del centro o un local para hacer el centro, cosas que el estado negaba en apoyar a Liliana y al final tuvo que buscar ayuda de empresas privadas e internacionales.

Ambas emprendedoras no mencionaron políticas gubernamentales dirigidos específicamente hacia emprendedores u otros factores y procesos comerciales que faciliten las actividades empresariales.

Ambas emprendedoras, no ven al gobierno como una entidad que ayude a eliminar los obstáculos para su crecimiento, como las culturas anticompetitivas, los sistemas tributarios injustos para las pequeñas empresas, la “burocracia” innecesaria o mediante la formulación de políticas que mejoren las condiciones del emprendedor.

Perú es uno de los primeros lugares en la actividad emprendedora mundial, donde las empresas nuevas son mucho más competitivas y productivas a comparación de años pasados, el Perú si tiene muchos emprendedores que anualmente crean empresas o innovan productos o servicio con el fin de mejorar sus ingresos.

Como dice el Colectivo Integral de Desarrollo. CID (2001) El Perú aunque tenga los primeros lugares, su actividad empresarial de emprendimiento es muy constante y ejerce importancia en el País, cada año se crean aproximadamente 100,000 negocios, los que significa que anualmente el PBI incrementa en 4% con respecto al total de empresas

existentes, gracias a estas empresas creadas anualmente, aunque cierren, los empresarios que incursionan en los nuevos negocios, hacen que Perú destaque a nivel de América latina y El Caribe.

Pero la realidad de los programas de emprendimiento brindados por el gobierno o centros de investigación es muy diferente ya que la gran mayoría de emprendedores que se mencionan párrafos atrás no han utilizado o desconocen los programas o centros que ayuden a mejorar su empresa o innovar constantemente sus productos, en este aspecto, Perú está muy atrasado en lo que se refiere a las instituciones, normas y leyes que promueven el emprendedurismo.

Liliana Mayo no tuvo ayuda del estado por ende no tenía ninguna institución que la pudiera ayudar a manejar el centro, ella tuvo que buscar una mentora que termino siendo una persona clave para la mejorar del centro y aparte de eso era una persona que no era peruana, fue una ayuda externa que vino al País para poder hacer las mejoras en el centro, y nunca tuvo algún programa interno o centros de investigación ya que ella desconocía de estos y aparte no tenía la ayuda del estado.

Como podemos apreciar, ambas emprendedoras, no ven al gobierno como una entidad que ayude a eliminar los obstáculos para su crecimiento, como las culturas anticompetitivas, los sistemas tributarios injustos para las pequeñas empresas, la “burocracia” innecesaria o mediante la formulación de políticas que mejoren las condiciones del emprendedor.

6.2 Recomendaciones

Si bien es cierto el currículo escolar actual hace referencia en cuanto a ciertas características y competencias que los estudiantes tienen que haber adquirido durante su etapa escolar, se recomienda realizar líneas de acciones que se enfoquen a la creación de un curso orientado específicamente al emprendedurismo, pues el camino al cambio hacia una educación emprendedora no se realizará con acciones aisladas, se requiere de la interacción de varias personas y diversos roles y conocimientos, los colegios públicos y privados deben promover las relaciones de los estudiantes con otros actores de la economía y mercado, por ejemplo desde pequeños hacerles conocer la realidad llevándolos a conocer a asociaciones de micro y pequeñas empresas, gremios empresariales, ingenieros, investigadores, relaciones con los diversos centros de investigación, en donde podamos incluirlos y que sepan que el emprender es una posibilidad muy cercana.

Por otro lado, ambos casos de estudio utilizan financiamiento privado para el desarrollo de sus emprendimientos, no se hizo énfasis en el apoyo por parte del gobierno y las facilidades que este brinde y que les permita crear un ambiente óptimo para el desarrollo de sus emprendimientos. Si bien es cierto el gobierno peruano provee fondos y programas para la aceleración de empresas, no va más allá de eso, haciendo a un lado la capacidad que tiene como estado de crear políticas públicas como reformar tributarias, reducir las trabas burocráticas, aceleración de trámites administrativos y legales, pues actualmente existen demasiados procesos engorrosos que cuestan tanto dinero y tiempo, la desorganización entre entidades públicas y un cierto retraso de la digitalización dan al emprendedor peruano poca agilidad al crear empresas.

El gobierno, se preocupa poco los compatriotas que migran a otros países, gracias a eso se pierden emprendedores que pueden crear empresas que aumente los ingresos al País, o proyectos de innovación que generen mejores estándares de calidad en algún producto o servicio, aparte de eso si cuenta con programas de emprendimiento pero no se dan abasto para los emprendedores que tienen las ganas de crear su empresa, aparte que no incentivan a la población a hacer algún tipo de emprendimiento, perdiendo personas que

pueden crear una empresa que podría sobresalir internacionalmente y pierden el potencial de los emprendedores peruanos en generar innovación y/o creación de una empresa.

Contamos con pocos programas o centros de investigación que ayuden a los emprendedores a mejorar o crear una empresa, lo recomendable sería mejorar los programas que ya cuenta el estado peruano y crear mejores programas que ayuden a dar abasto a la demanda de emprendimiento de todos los compatriotas, también un programa de repatriación de migrantes de otros países y darles facilidades de emprendimientos o creación de empresas y que tengan a alguien que les pueda capacitar y asesorar para que la empresa se pueda sostener.

Se recomienda hacer mejoras constantes en nuestro país con proyectos o ideas innovadoras que ya se ejecutaron en otros países utilizándolos como modelos de investigación para mejorar la calidad de un bien o servicio, generar la investigación de mercados emergentes dentro del país estudiando a los migrantes que retornan con ideas de negocios dentro del territorio y darle prioridad para que nos brinden conocimientos que nos pueden ayudar a mejorar los servicios en un futuro. Ya que se pierden muchas ideas de negocios por no darle prioridad a temas tan importantes como los indicados en nuestra investigación.

7. REFERENCIAS

- Abusada, R., & Pastor, C. (2008). Migración en el Perú. Lima: Instituto Peruano de Economía - IPE.
- Aguirre Toledo, C. A. (2018). Plan de negocios para emprendimiento en el área de análisis de datos y Business Intelligence.
- Aruj, Roberto S.. (2008). Causas, consecuencias, efectos e impacto de las migraciones en Latinoamérica. *Papeles de población*, 14(55), 95-116.
- Alcober, J., Ruiz, S., & Valero, M. (2003). Evaluación de la implantación del aprendizaje basado en proyectos en la EPSC (2001-2003). In *XI Congreso universitario de innovación educativa en enseñanzas técnicas*.
- Altamirano, T. (2006). Remesas y nueva "fuga de cerebros". Impactos trasnacionales. Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Akman, H. (2007). Monumentalisering av diasporaidentitet. *Tidsskrift for kulturforskning*, 6(1-2).
- Amaya Arciniegas, M. C., Arboleda Cañaverl, A., & Hernández Vergaño, W. D. (2018). Generación de una empresa de emprendimiento cultural a nivel local, que promueva talentos inéditos tanto artísticos como de diseño, a través de espacios efímeros y medios virtuales.
- Arenius, P., & De Clercq, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small business economics*, 24(3), 249-265.
- Bauböck, R., & Faist, T. (2010). *Diaspora and transnationalism: Concepts, theories and methods* (p. 360). Amsterdam University Press.
- Benadiba. L y Plotinsky. D (2001) Historia oral: construcción del archivo histórico escolar. Ediciones Novedades Educativas, Argentina, p. 23
- Borisovna Biriuka, L. (2002). Vivir es un Espacio, Movilidad geográfica de la población. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades - BUAP. Puebla, impreso en México.
- Bruyat, C., & Julien, P. A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 16(2), 165-180.
- Buitrago Herrera, M., Gómez Sandoval, J. Y., & Noguera García, A. F. (2014). *Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario proyecto de investigación* (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).
- Cuervo-Cazurra, A., & Genc, M. (2008). Transforming disadvantages into advantages: Developing-country MNEs in the least developed countries. *Journal of international business studies*, 39(6), 957-979.

- Elo, M., & Jokela, P. (2014). Social ties, Bukharian Jewish diaspora and entrepreneurship: Narratives from entrepreneurs. In *New Perspectives in Diasporic Experience* (pp. 141-155). Brill.
- Gary A. Knight y Peter W. Liesch. (2016). Internationalization: From incremental to born. *Journal of World Business*, 51, 93-102.
- Kantis, H., P. Angelelli, V. Moori, (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la Experiencia Internacional. BID-FUNDES Internacional s.l.
- Kirkwood, J., & Brown, K. (2001). Defining our entrepreneurs. *NZ Business*, 15(10), 22-24.
- Ricard Zapata-Barrero & Shahamak Rezaei (2020) Diaspora governance and transnational entrepreneurship: the rise of an emerging social global pattern in migration studies, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46:10, 1959-1973.
- Fernando Lozano Ascencio y Jorge Martínez Pizarro. (2015). Fernando Lozano Ascencio y Jorge Martínez Pizarro. Rio de Janeiro: ALAP.
- Fernández-Salinero, C., & de la Riva, B. (2014). Entrepreneurial Mentality and Culture of Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 137-143.
- Garud, R., Gehman, J. y Giuliani, A. P. (2014). Contextualizing entrepreneurial innovation: A narrative perspective. *Research Policy*, 1177–1188.
- Gómez-Mercado, C. A., & Montoya-Vélez, L. P. (2014). Factores sociales, demográficos, familiares y económicos relacionados con el embarazo en adolescentes, área urbana, Briceño, 2012. *Revista de Salud pública*, 16, 393-407.
- Gries, T., & Naudé, W. (2011). Entrepreneurship and human development: A capability approach. *Journal of Public Economics*, 95(3-4), 216-224.
- Herrera, C. E. y Montoya, L. A. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, 4(7), 7-30
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [Inei]. (2016). Características de la actividad empresarial en el Perú: Encuesta Nacional de Empresas 2015.
- Kulu, H., & González-Ferrer, A. (2014). Family dynamics among immigrants and their descendants in Europe: Current research and opportunities. *European Journal of Population*, 30(4), 411-435.
- Lozano, Fernando. Martínez, J. (2015). Retorno en los procesos migratorios en América Latina. In *Serie Investigaciones* (Vol. 16, Issue 1).

- Lin, X., & Tao, S. (2012). Transnational entrepreneurs: Characteristics, drivers, and success factors. *Journal of International Entrepreneurship*, 10(1), 50-69.
- Light, I., & Gold, S. (2000). Ethnic economies.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383(1), 23-30.
- Montenegro, Y. A., & Valbuena, P. N. (2018). Tendencias de investigación en relacionamiento legal en los negocios internacionales (2012-2016). *Revista Espacios*, 39(03).
- McClelland, D.C (1961). *The Achieving Society*. Princeton, N.J.: Van Nostrand.
- Neergaard, H., & Ulhøi, J. P. (Eds.). (2007). *Handbook of qualitative research methods in entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). The internationalization of entrepreneurship. *Journal of international business studies*, 36(1), 2-8.
- Pinillos-Costa, M. J., Reyes-Recio, L. E., & Pinar, I. (2007). Inferences from an Individualist-Collectivist Culture on Entrepreneurship: Evidence from GEM data. ICSB Conference.
- Poblete, C., & Mandakovic, V. (2017). El rol de la inmigración y las expectativas de crecimiento en el emprendimiento innovador: el caso de Chile. *ICE, Revista de Economía*, (899).
- Raposo, M., do Paço, A., & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students. *Journal of Small Business and enterprise development*.
- Rusinovic, K. (2008). Moving between markets? Immigrant entrepreneurs in different markets. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Schumpeter, J. A. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge. Harvard University Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson educación.
- Shapero (p. 25, 1985) , “National Policy For Entrepreneurship Education,” Working Paper Series, College of Administrative Science, Ohio State University, Columbus, OH, WPS 82-42, May, 1982.
- Trzmielak, D. (2018). Innovation in the development of regions and cities – comparable analysis. *Entrepreneurshio and Management*, September.

- Yacuzzi (2015). El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación
- Chirstian Bruyat. (2000). Defining the field of research in entrepreneursh. *Journal of Business Venturing*, 16, 165 - 180.
- Carmen Herrera y Luz Montoya. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, 5, 7 - 30.
- González Ferrer, A. (2014). Propuestas para vincular las políticas de migración y empleo. España.
- Pablo López, I., Urda, B. S., & Hernández, Y. B. (2004). Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito. In *Presentado en el congreso El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+ D+ I. Universidad de Valencia: Valencia, España.*
- Pruthi, S., & Wright, M. (2019). Social ties, prior experience, and venture creation by transnational entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 36(1-2), 41-73.
- Redalyc org. (2006). La política migratoria japonesa y su impacto en América Latina. *Migraciones Internacionales*, 155-161.
- Roberts, P., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*.
- Tan, T. W., Lai, C. H., Huang, C. Y., Yang, W. H., Chen, H. T., Hsu, H. C., ... & Tang, C. H. (2009). CTGF enhances migration and MMP-13 up-regulation via $\alpha\beta3$ integrin, FAK, ERK, and NF- κ B-dependent pathway in human chondrosarcoma cells. *Journal of cellular biochemistry*, 107(2), 345-356.
- Terjesen, S., & Elam, A. (2009). Transnational entrepreneurs 'venture internationalization strategies: a practice theory approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1093-1120.
- Vargas-Hernández, J. G., & Zamora, C. E. (2018). Citizen Perception of Open Data and Innovation in Mexico. *European Public & Social Innovation Review*, 3(2), 39-48.
- Vissak, T., Zhang, X., & Ukrainski, K. (2012). Successful born globals without experiential market knowledge: Survey evidence from China. *Handbook of research on born globals*, 353-379.
- Williams, C. C., & Krasniqi, B. (2018). Explaining informal sector entrepreneurship in Kosovo: An institutionalist perspective. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(02), 1850011.
- Williams, R. (2018). *La política del modernismo*. Ediciones Godot.

Ying, William (2013). “ARTstor shared shelf preservation plan based on the NDSA Levels of digital preservation”. En: Digital preservation 2013 meeting.

YIN, R. K. (1994): Case Study Research. Design and Methods, Applied Social Research Methods Series, Vol. 5, Second Edition, Sage Publications, London.

Zapata, G., Fernández López, S., & Neira Gómez, I. (2018). El emprendimiento tecnológico en Suramérica: una aproximación a sus determinantes individuales. *Perfiles latinoamericanos*, 26(52), 0-0.

Referencia electrónica:

INEI, MIGRACIONES Y OIM. (Diciembre 2016). Perú: Estadísticas de la Emigración Internacional de Peruanos e Inmigración de Extranjeros, 1990 – 2015. 15/11/2020, de INEI Sitio web: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib14_23/libro.pdf.

8. ANEXOS

Guía de la entrevista

Entrevista a Martha del Rio
Tema: Caso Wasi Organic
El efecto del migrante retornante femenino en la aparición de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú

Introducción

Hola Martha, ¿cómo estás? Muchas gracias por aceptar esta entrevista. Te contamos que estamos con mis colegas de la Maestría en Gestión Empresarial de ESAN, en dónde estamos realizando una investigación para nuestra tesis titulada:

que participan en una la investigación de tesis: El efecto del migrante retornante femenino en la aparición de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú

Temáticas:

1. Identidad de Martha y fundación Wasic Organic
2. El proceso de creación de valor en el ecosistema y el rol de su equipo.
3. El ecosistema que ha facilitado o desafiado este emprendimiento.
4. Validación de factores e hipótesis.
5. Perspectivas futuras.

Dimensión - Temática	Preguntas
Características internas de un emprendedor innovador	CAPACIDAD Y COMPETENCIAS <ul style="list-style-type: none">• ¿Qué formación académica tiene usted?• ¿La formación académica tiene influencia en la formación de emprendimientos? RASGOS DE PERSONALIDAD <p>¿Cómo era de niña y cómo es ahora? Cualidades, rasgos y hábitos</p> DEMOGRAFÍAS <p>¿En dónde nació? ¿Cuál era el contexto social y familiar en aquellos años?</p> MOTIVACIONALES <p>¿Cuál (es) son las motivaciones que tuvo para iniciar con su emprendimiento? • ¿Por qué es importante para usted la creación de valor social en su emprendimiento?</p>

<p>Atributos de un migrante retornante</p>	<p>CONOCIMIENTO DE LA DIVERSIDAD CULTURAL ¿Haber tenido experiencia internacional y conocer diversas culturas, influenció en el querer desarrollar algún emprendimiento?</p> <p>RED DE CONTACTOS ¿El networking tuvo impacto en el desarrollo de su emprendimiento?</p> <p>DESARROLLO DE CONOCIMIENTO ¿La experiencia educativa y profesional en el extranjero influenció en la creación de su emprendimiento? •¿El rubro dónde se tiene experiencia influye en el rubro del emprendimiento?</p>
<p>Características contextuales de un emprendedor innovador</p>	<p>Cuando inició con su emprendimiento</p> <p>¿Encontró disponibilidad de canales de financiación en Perú?</p> <p>¿Sintió que existe burocracia por parte del estado de la creación de su emprendimiento? (SUNAT, INGESA, entidades reguladoras)</p> <p>¿Tuvo apoyo por parte de entidades públicas como programas de emprendimiento?</p> <p>¿En su colegio y/o universidad inculcaron el sentimiento de emprender con la construcción de habilidades empresariales?</p> <p>¿Tuvo algún acercamiento con algún centro de investigación al momento de desarrollar su emprendimiento?</p> <p>¿Tuvo algún soporte adicional de algún profesional y/o empresa para poder desarrollar su emprendimiento?</p> <p>Durante su experiencia de emprendimiento ¿Tuvo alguna dificultad respecto al mercado y la fijación de precios en sus productos?</p> <p>En la cultura en dónde se desarrolla ¿Existen un enfoque empresarial dentro de la cultura a través del comportamiento, creencias, lenguaje y constumbres?</p>

Conclusión:

Muchas gracias por el espacio.

Guía de la entrevista
Entrevista a Liliana Mayo
Tema: Caso Ann Sullivan
El efecto del migrante retornante femenino en la aparición de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú

Introducción

Hola Liliana, ¿cómo estás? Muchas gracias por aceptar esta entrevista. Te contamos que estamos con mis colegas de la Maestría en Gestión Empresarial de ESAN, en dónde estamos realizando una investigación para nuestra tesis titulada:

que participan en una la investigación de tesis: El efecto del migrante retornante femenino en la aparición de emprendimientos innovadores con valor social en el Perú

Temáticas:

6. Identidad de Martha y fundación Wasic Organic
7. El proceso de creación de valor en el ecosistema y el rol de su equipo.
8. El ecosistema que ha facilitado o desafiado este emprendimiento.
9. Validación de factores e hipótesis.
10. Perspectivas futuras.

Dimensión - Temática	Preguntas
Características internas de un emprendedor innovador	<p>CAPACIDAD Y COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué formación académica tiene usted? • ¿La formación académica tiene influencia en la formación de emprendimientos? <p>RASGOS DE PERSONALIDAD</p> <p>¿Cómo era de niña y cómo es ahora? Cualidades, rasgos y hábitos</p> <p>DEMOGRAFÍAS</p> <p>¿En dónde nació? ¿Cuál era el contexto social y familiar en aquellos años?</p> <p>MOTIVACIONALES</p> <p>¿Cuál (es) son las motivaciones que tuvo para iniciar con su emprendimiento?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué es importante para usted la creación de valor social en su emprendimiento?

<p>Atributos de un migrante retornante</p>	<p>CONOCIMIENTO DE LA DIVERSIDAD CULTURAL ¿Haber tenido experiencia internacional y conocer diversas culturas, influenció en el querer desarrollar algún emprendimiento?</p> <p>RED DE CONTACTOS ¿El networking tuvo impacto en el desarrollo de su emprendimiento?</p> <p>DESARROLLO DE CONOCIMIENTO ¿La experiencia educativa y profesional en el extranjero influenció en la creación de su emprendimiento? •¿El rubro dónde se tiene experiencia influye en el rubro del emprendimiento?</p>
<p>Características contextuales de un emprendedor innovador</p>	<p>Cuando inició con su emprendimiento</p> <p>¿Encontró disponibilidad de canales de financiación en Perú?</p> <p>¿Sintió que existe burocracia por parte del estado de la creación de su emprendimiento? (SUNAT, INGESA, entidades reguladoras)</p> <p>¿Tuvo apoyo por parte de entidades públicas como programas de emprendimiento?</p> <p>¿En su colegio y/o universidad inculcaron el sentimiento de emprender con la construcción de habilidades empresariales?</p> <p>¿Tuvo algún acercamiento con algún centro de investigación al momento de desarrollar su emprendimiento?</p> <p>¿Tuvo algún soporte adicional de algún profesional y/o empresa para poder desarrollar su emprendimiento?</p> <p>Durante su experiencia de emprendimiento ¿Tuvo alguna dificultad respecto al mercado y la fijación de precios en sus productos?</p> <p>En la cultura en dónde se desarrolla ¿Existen un enfoque empresarial dentro de la cultura a través del comportamiento, creencias, lenguaje y constumbres?</p>

Conclusión:

Muchas gracias por el espacio.