

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

Facultad de Gestión y Alta Dirección



La formalización en asociaciones de emprendimientos femeninos. Caso de estudio: Modelo del proyecto “Mujeres en la empresa” en Piura de CARE Perú

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Gestión con mención en Gestión Empresarial que presenta:

Brenda Auccapiña Gallegos

Sara Cristina Garcia Espinoza

Asesor:

Miguel Angel Humberto Villaseca Chavez

Lima, 2023

La tesis

**La formalización en asociaciones de emprendimientos femeninos. Caso de estudio:
Modelo del proyecto “Mujeres en la empresa” en Piura de CARE Perú**

ha sido aprobada por:

Dra. Monica Patricia Bonifaz Chirinos
[Presidente del Jurado]

Mgtr. Miguel Angel Humberto Villaseca Chavez
[Asesor Jurado]


Dra. Paloma Martinez Hague Chonati
[Tercer Jurado]

Informe de similitud

Yo, MIGUEL ANGEL VILLASECA CHAVEZ, docente de la Facultad de GESTIÓN Y ALTA DIRECCIÓN de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado LA FORMALIZACIÓN EN ASOCIACIONES DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS. CASO DE ESTUDIO: MODELO DEL PROYECTO “MUJERES EN LA EMPRESA” EN PIURA DE CARE PERÚ, del/de la autor(a)/ de los(as) autores(as) BRENDA AUCCAPIÑA GALLEGOS Y SARA CRISTINA GARCIA ESPINOZA, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 12%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 17/11/2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Pucusana 17 de noviembre de 2023

| | |
|--|---|
| Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: VILLASECA CHAVEZ, MIGUEL ANGEL HUMBERTO | |
| DNI: 06664913 | Firma  |
| ORCID: 0000-0003-0785-4191 | |

A mis padres Zosimo y Evarista por su apoyo incondicional y guía, mis mejores ejemplos de perseverancia y dedicación, son y serán mi mayor inspiración para salir adelante. A mi hermana Anabeth, mi más grande soporte. A Miguel, por su tiempo, confianza y guía. A todas las mujeres que hicieron posible esta investigación. Por último, a mi amiga y compañera de tesis por su dedicación y buen trabajo.

Brenda Auccapiña Gallegos

A Dios por sus infinitas bendiciones, a mi madre Marianella por su sabiduría y apoyo incondicional que me impulsan en todos mis proyectos; a mi padre César en el cielo por su paciencia y guía en cada uno de mis pasos; y a mi novio David por su apoyo constante en esta etapa. A la vez, a nuestro asesor por depositar su confianza en la investigación, a mi compañera de tesis y amiga por su esfuerzo y trabajo en equipo.

Sara Cristina García Espinoza



RESUMEN

Este estudio aborda el concepto de formalización en asociaciones de emprendimientos femeninos, ya que en nuestro país prima la informalidad en las actividades productivas, principalmente en los emprendimientos, porque representa un modo de generar más ganancias en su etapa inicial al evadir impuestos. Este panorama de informalidad peruana se relaciona con el género porque las mujeres representan el mayor número de iniciativas en emprendimientos. Existe una desigualdad de género que ocasiona una brecha de diferencia de oportunidades en el mundo empresarial, lo cual, vuelca a las mujeres a permanecer en un mundo informal. La asociatividad surge como una alternativa de solución para colaborar con el empoderamiento y desarrollo de las mujeres.

El análisis se realiza a través de un enfoque mixto con énfasis en lo cualitativo y un componente cuantitativo. Las entrevistas a profundidad se realizan a las líderes de las asociaciones, a las representantes del programa y un cuestionario a las mujeres emprendedoras de las asociaciones.

Por último, como resultado se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio en los que se logra dar respuesta a si la asociatividad y la formalización logran dar valor económico y social.

Palabras clave: Formalización, Asociatividad, generación de valor, emprendimiento, femenino.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN | 3 |
| 1. Problema empírico | 3 |
| 2. Modelo de Gestión | 6 |
| 3. Pregunta de investigación | 6 |
| 4. Objetivo de investigación | 7 |
| 5. Justificación..... | 7 |
| CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO | 10 |
| 1. Asociatividad en emprendimientos femeninos..... | 10 |
| 1.1. Concepto y tipos de asociatividad | 10 |
| 1.2. Beneficios y desventajas / dificultades de la Asociatividad | 13 |
| 1.3. Espacio Asociativo (Entorno) | 17 |
| 1.4. Emprendimiento femenino | 19 |
| 1.5. Asociatividad en emprendimientos femeninos | 20 |
| 2. La formalización empresarial | 23 |
| 2.1. Concepto y ramas de la formalización empresarial..... | 23 |
| 2.2. Etapas de formalización en organizaciones | 25 |
| 2.3. Creación de Valor..... | 13 |
| 2.4. Formalización y su relación con el valor | 27 |
| CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL..... | 32 |
| 1. La situación de las asociaciones en Perú | 32 |
| 1.1. La situación de las asociaciones empresariales en Piura | 32 |
| 1.2. La asociatividad de emprendimientos femeninos en Perú | 35 |
| 2. La situación de la formalización empresarial peruana | 38 |
| 2.1. La situación y el proceso de la formalización en el Perú..... | 38 |
| 2.2. La formalización en asociaciones de emprendimientos peruanos | 41 |
| 3. Situación de la ONG CARE Perú y el proyecto “Mujeres en la empresa” | 42 |

| | |
|--|-----|
| CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA | 48 |
| 1. Secuencia metodológica | 48 |
| 2. Alcance de la investigación | 49 |
| 3. Enfoque de la investigación | 50 |
| 4. Diseño o estrategia de la investigación | 50 |
| 5. Selección de las unidades de observación | 51 |
| 6. Técnicas de recolección de información | 54 |
| 6.1. La entrevista en profundidad | 55 |
| 6.2. El cuestionario | 56 |
| 7. Técnicas de análisis de la información..... | 56 |
| CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 60 |
| 1. Conociendo a las emprendedoras de las asociaciones del proyecto “Mujeres en la empresa” | 60 |
| 1.1. Perfil demográfico de las emprendedoras de las asociaciones..... | 60 |
| 1.2. Características de los emprendimientos participantes | 62 |
| 2. Perfil de la asociación según actividad económica | 69 |
| 2.1. Entorno de la asociación de las emprendedoras..... | 69 |
| 2.2. Beneficios de la asociatividad | 74 |
| 3. La formalización de las asociaciones y su generación de valor | 80 |
| 3.1. Proceso de formalización del proyecto..... | 80 |
| 3.2. Estado actual de formalización de las asociaciones | 90 |
| 3.3. Creación de valor de las asociaciones a partir de la formalización | 95 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 117 |
| REFERENCIAS | 121 |
| ANEXOS..... | 130 |
| ANEXO A: Tipos de Asociatividad | 130 |
| ANEXO B: Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa de Piura, 2011 | 131 |
| ANEXO C: Mujeres y hombre agropecuarios que pertenecen a asociación / comité o cooperativa, según departamento..... | 132 |

| | |
|--|-----|
| ANEXO D: Diferencias según tipo de asociación S.A., S.A.C., S.C.R.L. y E.I.R.L | 133 |
| ANEXO E: Comparativo según régimen tributario en Perú | 134 |
| ANEXO F: Proceso de formalización en Perú | 135 |
| ANEXO G: Matriz de Consistencia | 136 |
| ANEXO H: Matriz de recolección de información | 139 |
| ANEXO I: Guías de investigación | 141 |



LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Beneficios de la Asociatividad..... | 15 |
| Tabla 2: Beneficios de la Asociatividad en emprendimientos de mujeres..... | 22 |
| Tabla 3: Ventajas de Formalizar su empresa..... | 29 |
| Tabla 4: Ventajas de empresa formal por dimensión..... | 30 |
| Tabla 5: Formas de organización jurídica en empresas según Ley General de Sociedades | 33 |
| Tabla 6: Población con trabajo independiente por tipo de actividad, según área de residencia y sexo..... | 36 |
| Tabla 7: Ventas promedio mensuales por tipo de actividad, según actividad económica, (2008) Nuevos soles | 36 |
| Tabla 8: Artesanos registrados según provincia de Piura, 2014..... | 37 |
| Tabla 9: Perú: Unidades productivas no agropecuarias de los hogares, según sector “formal” e informal, 2007-2019 (Miles de unidades productivas)..... | 39 |
| Tabla 10: Pasos según tipo de formalización | 40 |
| Tabla 11: Perfil de las asociaciones entrevistadas del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú | 45 |
| Tabla 11: Perfil de las asociaciones entrevistadas del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú (Continuación) | 46 |
| Tabla 12: Relación de líderes de las asociaciones entrevistadas en el caso de estudio | 53 |
| Tabla 13: Relación de responsables del proyecto “Mujeres en la empresa” entrevistados en el caso de estudio | 54 |
| Tabla 14: Técnicas para recoger la información, unidades de muestras e instrumentos | 55 |
| Tabla 15: Estructura del análisis de la información cualitativa..... | 57 |
| Tabla 16: Estructura del análisis del componente cuantitativo | 58 |
| Tabla 17: Variables correlacionadas..... | 59 |
| Tabla 18: Formalidad de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro | 63 |
| Tabla 19: Años de experiencia y formalidad de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro..... | 64 |
| Tabla 20: Nivel de ganancias y tipo de ingresos de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro..... | 66 |
| Tabla 21: Nivel de gestión y formalización de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro..... | 67 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 22: Asociaciones entrevistadas, rubro y número de mujeres participantes del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú | 73 |
| Tabla 23: Beneficios de la Asociatividad..... | 74 |
| Tabla 24: Categorías de clasificación de emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 81 |
| Tabla 25: Estado actual de formalización tributaria de las asociaciones | 92 |
| Tabla 26: Estado actual de formalización comercial | 94 |
| Tabla 27: Resumen de hallazgos de generadores de valor..... | 116 |



LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1: ¿Qué significa el término “valor social”?..... | 14 |
| Figura 2: Etapas de la formalización empresarial..... | 26 |
| Figura 3: Grados de Legalidad o cumplimiento | 27 |
| Figura 4: Perú: Empresas según organización jurídica, 2018 | 34 |
| Figura 5: Línea de tiempo del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú | 43 |
| Figura 6: Secuencia metodológica | 48 |
| Figura 7: Edad de las mujeres participantes del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 60 |
| Figura 8: Nivel educativo de las mujeres participantes del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 61 |
| Figura 9: Cantidad de integrantes del hogar de las mujeres participantes del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 61 |
| Figura 10: Rubros de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 62 |
| Figura 11: Formalidad de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 62 |
| Figura 12: Grado de concientización de las mujeres entrevistadas del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 69 |
| Figura 13: Interdependencia de las mujeres entrevistadas del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 70 |
| Figura 14: Organigrama de una asociación..... | 71 |
| Figura 15: Nivel de consenso-disenso de las mujeres entrevistadas del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú..... | 72 |
| Figura 16: Beneficios de la asociatividad más frecuentes | 75 |
| Figura 17: Beneficios de la asociatividad menos frecuente | 76 |
| Figura 18: Tipos de alianzas de las asociaciones | 101 |



INTRODUCCIÓN

La presente investigación pretende abarcar dos grandes ejes: la asociatividad y la formalización empresarial para identificar aspectos positivos y espacios de mejora. Este trabajo se divide en cinco capítulos. En el primer capítulo se expone la problemática, los objetivos y preguntas que serán la guía de la investigación. Además, se explica la justificación en torno a la importancia de identificar cómo aporta valor la formalización en asociaciones de emprendimientos femeninos; y la viabilidad del presente estudio, en donde se cuenta con acceso a la información del proyecto y el contacto de las asociaciones de emprendimientos femeninos en Piura.

En el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico, el cual está enfocado en dos principales ejes: asociatividad en emprendimientos femeninos y formalización empresarial. En relación con el primero, se exponen diferentes teorías de autores sobre el concepto, la tipología, los beneficios y desafíos de la asociatividad, el entorno asociativo en el que se desarrollan las asociaciones de mujeres, también se desarrolla el emprendimiento femenino y para culminar, con la asociatividad en emprendimientos femeninos. Con respecto a la formalización empresarial, se expone el enfoque de diversos autores sobre el concepto y ramas de la formalización; las etapas de la formalización en las asociaciones; y la formalización como generador de valor.

En el tercer capítulo, se analiza la situación actual, en el cual se presenta, como primer punto, la situación de las asociaciones en Perú, haciendo un enfoque en la situación de Piura. Se desarrollan las asociaciones en emprendimientos peruanos, en MYPES; y en emprendimientos femeninos. En segundo lugar, se expone la situación de la formalización peruana, las etapas de formalización en las asociaciones y la formalización en asociaciones de emprendimientos peruanos. Por último, se muestra la situación del sujeto de estudio, explicando principalmente las etapas del proyecto y los modelos con los que trabaja.

En el cuarto capítulo, se desarrolla la metodología de la investigación. Se describe el enfoque y el alcance (en este caso el enfoque es mixto y el alcance descriptivo). También se expone el diseño, las herramientas de recolección y el análisis que se va a utilizar en la investigación. En ese sentido, cabe mencionar que se recurre al empleo de entrevistas a profundidad y cuestionarios. Las herramientas recogen las experiencias de actores, lo que va a permitir sistematizar la experiencia, utilizando la triangulación de la información.

Finalmente, se presenta el capítulo final de análisis y presentación de los resultados, analizando las variables de asociatividad y formalización desde las experiencias de

emprendedoras que forman parte de las asociaciones, las líderes y los representantes del proyecto. A partir de ello, se realizan las conclusiones y recomendaciones.



CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo inicia con el problema empírico de la desigualdad de género y la informalidad de los emprendimientos femeninos, así como el problema de investigación sobre el rol de la formalización en las asociaciones de emprendimientos femeninos. Seguidamente se expone la justificación de la investigación y el modelo de gestión a aplicar. Sobre esa base se plantean los objetivos y preguntas principales y secundarias que orientaron el estudio; y por último, se incluye la viabilidad.

1. Problema empírico

Según el estudio de producción y empleo informal en el Perú (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2019), el 88.4% de las unidades productivas de los hogares en el territorio nacional son informales. Como se aprecia, en las actividades de producción peruanas hay predominancia de la informalidad. En el Perú la informalidad está íntimamente relacionada con los emprendimientos porque representa un camino sencillo de obtener más ingresos al evadir impuestos. Según Castiblanco (2013) en las últimas décadas la informalidad y el emprendimiento se han posicionado como una opción para generar ingresos y construir dinámicas productivas.

En diversos países emergentes, las organizaciones creadas por emprendedores se clasifican en la categoría denominada Mypes (Duarte, 2007). De igual manera, estas organizaciones se desenvuelven predominantemente en el mundo informal: “En el Perú, las MYPES representan el 98.3% del total de empresas existentes (94.4% micro y 3.9% pequeña), pero el 74% de ellas opera en la informalidad” (Choy, 2010, p. 128). Estas contribuyen al crecimiento de la actividad productiva del país y crean oportunidades laborales, pero son empleos informales. Según Choy (2010) “Las MYPES, además, aportan aproximadamente el 47.0% del PBI del país y son las mayores generadoras de empleo en la economía, aunque en la mayoría de los casos se trata de empleo informal” (p. 128).

La generación de empleo informal crea un panorama de desigualdad por la ausencia de beneficios para los colaboradores, en mayor medida a los que están ubicados fuera del centralismo de la capital de Perú. “La gran mayoría de las MYPES informales se ubican fuera de Lima, generan empleo de mala calidad (trabajadores familiares en muchos casos no remunerados) con ingresos inferiores a los alcanzados en las empresas formales similares” (Choy, 2010, p. 128). Según Loayza (2008) el grado de informalidad en el Perú es preocupantemente elevado en comparación con Chile, Estados Unidos, México y Colombia; donde el 60% de la producción se realiza de modo informal y el 40% de la fuerza laboral está autoempleada en microempresas informales.

Este panorama adverso de informalidad en el país involucra también a los componentes demográficos como el género, en este caso, a las mujeres por representar el mayor número de iniciativas en emprendimientos. Según Saavedra y Camarena (2015) son más las mujeres que hombres quienes inician un negocio por necesidad. La mayoría de las mujeres inicia un emprendimiento por la necesidad de obtener ingresos económicos ante la falta de oportunidades y también para tener más tiempo disponible de ocuparse en las tareas del hogar.

Ante esto, las mujeres encuentran en el emprendimiento y la informalidad un medio para generar ganancias para su hogar. El evadir gastos adicionales, al no pagar impuestos, se traduce en más ingresos. La actividad del sector informal puede atraer a las mujeres, ya que es una manera relativamente fácil, a menudo "cercana al hogar", de obtener un ingreso adicional, especialmente cuando no hay trabajos a tiempo parcial disponibles (Verheul et al., 2006).

Hay más iniciativa empresarial femenina por necesidad frente a la masculina, pero la falta de estudios y capacitación frena el crecimiento y consolidación de sus emprendimientos. El GEM Perú 2018-2019 muestra que el 28.9% de emprendedores hombres frente al 21.3% de emprendedoras mujeres cuenta con estudios superiores en emprendimientos en etapa temprana, indicando que un mayor nivel educativo potencia las capacidades para poder crecer. Es por ello también que hay una predominancia masculina en los emprendimientos que ya se encuentran establecidos (Serida et al., 2020).

El emprendimiento femenino encuentra el impulso personal de las mujeres para formarse, pero se enfrenta a una realidad colectiva que le coloca trabas y favorece al emprendimiento masculino. Por otro lado, existe la falta de oportunidades desde el Estado en educación y salud para la mujer y protegerla de violencia. Las empresas dirigidas por mujeres no forman parte de la agenda política de los países de América Latina y el Caribe, lo que impide que se desarrollen leyes enfocadas en ellas y explotar su potencial (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe [SELA], 2010). Existe la necesidad de crear políticas que apoyen a las mujeres empresarias, no solo en la creación de nuevas empresas, sino también en la eliminación de las barreras a las que se enfrentan.

Existe una notoria brecha de género que facilita mayores oportunidades de desarrollo laborales, económicas, sociales, entre otras- a los hombres en comparación con las mujeres. En el Perú existe un menor desarrollo social de las mujeres, incluso en todas las regiones se evidencia que los hombres tienen mayores oportunidades que las mujeres (Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú [CENTRUM PUCP], 2019). Esta falta de oportunidades femeninas las coloca en una situación de exclusión y pobreza. Según

Arriagada (2005) la pobreza es asignada según el género, puesto que se plantea que las mujeres son consideradas pobres solamente por ser mujeres, es decir, existe discriminación de género. Todo esto muestra que aún siguen existiendo muchas brechas de género que provocan que los emprendimientos femeninos en Perú tengan dificultades para crecer y se encuentren en mayor medida en el sector informal.

Frente a todo este panorama adverso, la asociatividad se posiciona como un camino de solución a los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras. Según Liendo y Martínez (2001) la asociatividad es un mecanismo de cooperación, por medio del cual las empresas se unen con el objetivo de generar valor y alcanzar el éxito conjunto, para de esta forma enfrentar las dificultades propias de la globalización. Esta sinergia deja evidencia de sus múltiples beneficios.

Según el Estudio de Estructura Empresarial (INEI, 2018), existen 1.5% de asociaciones en Perú respecto a todas las formas de organización jurídica existentes. Ha surgido un número significativo de asociaciones de mujeres que permiten que ellas se reúnan e intercambien, brinden apoyo y capacitación (Gabarret & D'Andria, 2021). Existen estudios que respaldan la relación positiva entre asociatividad y el empoderamiento femenino. Según una investigación de mujeres rurales en Bogotá y Cundinamarca se obtenía mayor autonomía económica y fortalecimiento de habilidades (Suárez, Mosquera, & Del Castillo, 2018). También, otra investigación hecha por Valdivieso (2007) en Venezuela sobre cooperativas y mujeres emprendedoras afirma que las organizaciones cooperativas favorecen el empoderamiento de las mujeres y promueven la equidad de género.

De todo lo mencionado, existe un mayor nivel de informalidad en los emprendimientos formados por mujeres porque la brecha de género les otorga menos oportunidades laborales y encuentran barreras que impiden un crecimiento sostenido. En este punto, se acogen en los beneficios que ofrece la asociatividad para ayudar a los emprendimientos femeninos y su generación de valor. Existe la necesidad de incluir a las mujeres emprendedoras en asociaciones que potencien su crecimiento. Por esta razón, surge la necesidad de profundizar sobre esta problemática en el país.

En los últimos años se han venido consolidando iniciativas que hacen frente a dichas exclusiones, para reivindicar los derechos de las personas marginadas a lo largo de muchos años y permitirles acceder a condiciones mínimas de inclusión y estabilidad económica, social y política (Bustamante & Muñoz, 2017, p. 127).

Además, de la aversión hacia la formalización, hay una brecha de conocimientos empresariales, lo que provoca que los emprendimientos no puedan crecer. Los estudios empíricos han demostrado que la mayoría de los empresarios informales pueden mejorar el

nivel de educación empresarial y, por lo tanto, motivados para crecer una vez que las empresas del sector informal estén formalizadas (Abdallah, 2017). El problema de investigación del presente estudio es la brecha de conocimiento sobre el rol de la formalización y la asociatividad para la generación de valor en los emprendimientos femeninos. Existe oposición a la formalización, básicamente por el desconocimiento de las ventajas, ya que aún hay una percepción que los costos superan a los beneficios de la formalización. Las empresarias comparan los costos y los beneficios previstos, para tomar una decisión racional sobre la conveniencia de formalizarse (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2017).

2. Modelo de Gestión

Los ejes temáticos que se estudiaron en la presente investigación son la asociatividad en emprendimientos femeninos y la formalización empresarial y su relación con el valor. La asociatividad orientada a mujeres con emprendimientos hace referencia a la disposición voluntaria de un grupo de personas integradas en función a conseguir objetivos comunes orientados a la eficiencia y productividad en actividades empresariales en un contexto desfavorable para ellas. Según Liendo y Martínez (2001) surge la necesidad de diseñar estrategias colectivas para incrementar la competitividad, si no como única alternativa de supervivencia para las micro y pequeñas empresas.

También se aborda la formalización empresarial de tipo comercial y tributaria de las asociaciones de emprendimientos femeninos, puesto que no es suficiente una buena idea de negocio sino un adecuado funcionamiento de los emprendimientos, para lo cual es necesario que se logre la formalización de acuerdo con las normas legales. Finalmente, se busca obtener los hallazgos de la generación o destrucción de valor de la formalización y la asociatividad en emprendimientos femeninos.

3. Pregunta de investigación

Pregunta principal:

- ¿De qué manera la estrategia de la formalización tiene relación con el valor a partir de la asociatividad de emprendimientos femeninos del proyecto “Mujeres en la empresa” de Piura de CARE Perú?

Pregunta de investigación específicas:

1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos vinculados a la generación de valor con la formalización empresarial en el ámbito de la asociatividad de emprendimientos femeninos?

2. ¿Cuál es la situación actual de la formalización en las asociaciones de emprendimientos femeninos en el Perú?
3. ¿Cuáles son las características de las asociaciones de emprendimientos femeninos analizados en Piura?
4. ¿Cuáles son los aspectos positivos y los espacios de mejora que genera la asociatividad en los emprendimientos femeninos analizados en Piura?
5. ¿Cuáles son los aspectos positivos y los espacios de mejora de la experiencia del modelo de formalización de asociaciones de emprendimientos femeninos analizados en Piura?

4. Objetivo de investigación

Objetivo general

- Analizar la estrategia de formalización y su relación con el valor a partir de la asociatividad de los emprendimientos femeninos del proyecto “Mujeres en la empresa” en Piura de CARE Perú.

Objetivos específicos

1. Describir los fundamentos teóricos vinculados a la generación de valor con la formalización empresarial en el ámbito de la asociatividad de emprendimientos femeninos.
2. Comprender la situación actual de la formalización en las asociaciones de emprendimientos femeninos en el Perú.
3. Describir las características de las asociaciones de emprendimientos femeninos analizados en Piura.
4. Identificar los aspectos positivos y los espacios de mejora que genera la asociatividad en los emprendimientos femeninos analizados en Piura.
5. Identificar los aspectos positivos y los espacios de mejora del modelo de formalización de asociaciones de emprendimientos femeninos analizados en Piura.

5. Justificación

Una sociedad con altos niveles de informalidad se ve afectada en su desarrollo y conviene entender las causas de esta situación para combatirla. La informalidad debe ser entendida como un fenómeno complejo, la cual predomina ante la presencia de un marco

legal y normativo opresivo, cuando los servicios del gobierno no son de gran calidad y si el control del estado es débil (Loayza, 2008). La informalidad es una realidad social que motiva la presente investigación, con la finalidad de analizar la generación de valor de la formalización, específicamente en asociaciones de emprendimientos femeninos.

Este conocimiento aportará valor a las ciencias de la gestión referente a la formalización empresarial y la asociatividad de emprendimientos femeninos en poblaciones vulnerables, el cual tiene alta relevancia considerando el actual contexto peruano de informalidad. Esta investigación busca una mayor visibilización sobre los temas mencionados y sobre todo la vinculación entre ellos, que hasta ahora han sido poco explorados. Es necesario un mayor entendimiento y acceso a la información de cómo genera valor la formalización para revisar si las ventajas superan a las desventajas que causan la informalidad. A pesar de que la informalidad es muy prevalente y plantea serios desafíos económicos, sociales y políticos en todo el mundo, muchas cuestiones sobre su naturaleza y consecuencias siguen siendo en gran medida poco exploradas o sin resolver (Elgin & Erturk, 2019).

Se trabajó en alianza con CARE Perú, quienes están enfocados en el empoderamiento de la mujer. Es así, que cuenta con un proyecto “Mujeres en la empresa” que busca la inclusión de las mujeres mediante un modelo de formalización y asociatividad, siendo las asociaciones de pequeñas empresarias nuestro sujeto de estudio. Tras la constitución de un emprendimiento femenino creado por necesidad, es necesario asegurar su sostenibilidad en el futuro por medio de capacitaciones que logren empoderar a las mujeres para una mejor toma de decisiones empresariales, a través de los proyectos de desarrollo, tales como el proyecto “Mujeres en la empresa” que se aborda en este análisis.

En resumen, este proyecto fue elegido por la trayectoria de la ONG en Perú basada en los años en los que ha desarrollado programas sociales pensando en las mujeres y su empoderamiento. “Empoderar a las mujeres a través del espíritu empresarial y el desarrollo de habilidades es una solución a las desigualdades de género y una oportunidad para construir un mundo más justo para todos”. (Gabarret & D’Andria, 2021). Los resultados de la investigación serán valiosos para otras organizaciones que realizan proyectos asociados a mujeres en temas de formalización y asociatividad, debido a que a través del recojo y triangulación de la información, se muestra la realidad de un proyecto en un caso peruano.

6. Viabilidad

Para la investigación se ha establecido un contacto directo con la organización CARE Perú para la búsqueda de información e intercambio de ideas entre las personas a cargo del

proyecto, analizando, en primer lugar, la información que ya poseen de los emprendimientos femeninos en Piura que pertenecen al proyecto “Mujeres en la empresa”. Por otro lado, se recurrirá al uso de fuentes primarias que facilitan que se realice un análisis exhaustivo, dado el contacto directo con la organización CARE Perú, que permitirá un acceso continuo a la información necesaria para el desarrollo de la investigación. Además, basados en los principios de la metodología, se recurrirá a los datos cualitativos de primera mano del sujeto de estudio, así como la base de datos de los emprendimientos femeninos para la comunicación virtual con ellas. También se recurrirá a fuentes secundarias, pues la universidad cuenta con las herramientas necesarias para una exhaustiva búsqueda de información, como también con profesores especialistas en los temas tratados en la investigación.



CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se presenta el marco teórico sobre el que se fundamenta los dos ejes de la investigación: La asociatividad en emprendimientos femeninos y la formalización empresarial. En primer lugar, se estudia la asociatividad en emprendimientos femeninos, describiendo sus conceptos, su relación con la generación de valor; seguidamente del entorno de las asociaciones de mujeres, además del emprendimiento femenino, y finalmente a la asociatividad en este tipo de contexto. En segundo lugar, se aborda la formalización empresarial a partir de los conceptos y ramas, las etapas de formalización en las organizaciones y la formalización como generador de valor.

1. Asociatividad en emprendimientos femeninos

Para el estudio de la asociatividad empresarial es relevante definir sus conceptos, las ventajas y dificultades que definen si existe la generación de valor, y los tipos de asociaciones más destacables. Además, se examina el entorno asociativo en el que se desarrollan las asociaciones de mujeres. Por otro lado, se considera importante conocer sobre el emprendimiento femenino para pasar a hablar sobre la asociatividad en los emprendimientos femeninos.

1.1. Concepto y tipos de asociatividad

El concepto de “asociatividad” ha estado vinculado a las ciencias sociales, aunque el término ha sido utilizado en las ciencias de la gestión. Así mismo, este término se encuentra estrechamente ligado a las micro y pequeñas empresas, ya que, debido a la naturaleza de estas, la asociatividad se hace necesaria en pos de su supervivencia, incremento de competitividad y acceso a mercados globalizados.

Para comprender este concepto es necesario realizar un recorrido por la palabra de la cual se desprende: Asociación. Esta acepción se puede entender desde dos puntos de vista. El primero tiene que ver con su fenomenología: es acción y efecto de asociar (esto es, juntar una cosa con otra, de suerte que se hermanen o concurran a un mismo fin). En el segundo se explica desde su consecuencia: conjunto de asociados para un mismo fin o la persona jurídica por ellos formada (Zabala, 2007, p. 30).

Según Rosales (1997), la asociatividad es un mecanismo colaborativo a partir del cual las pequeñas y medianas empresas, sin perjuicio de su independencia y autonomía, unen sus voluntades, recursos y capacidades en torno a objetivos comunes y a ser más competitivas; estos objetivos según su concepción pueden ser circunstanciales, como la búsqueda de proveedores, o pretender una relación de largo plazo, como la investigación conjunta, el desarrollo de tecnologías y el acceso a financiamiento. En esa misma línea,

Liendo y Martínez (2001) mencionan que la asociatividad es un mecanismo de cooperación, por medio del cual las empresas se unen con el objetivo de generar valor y alcanzar el éxito conjunto, para de esta forma enfrentar las dificultades propias de la globalización y los problemas similares derivados de la falta de escala. Ambos autores mencionan la necesidad de estas alianzas para enfrentar en conjunto las amenazas y aprovechar las oportunidades que vienen junto con la globalización.

En consonancia con lo anterior, Santa et al (2019) exponen que la asociatividad tiene un rol fundamental en el crecimiento continuo de los negocios, debido a que ayuda a reducir los efectos de la globalización, y esto genera que puedan competir no solo en los mercados internos sino también en los mercados del exterior. Por otro lado, Magnazo et al., entiende la estrategia asociativa como lo siguiente: “Un mecanismo de relación y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores - empresas, personas u organizaciones - interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente” (2007, p. 11).

Castillo y Perdomo (2006 citados en Sánchez et al., 2014) indican que puede encontrarse dos tipos de asociatividad: informal o formal. El primero hace referencia a la formación de alianzas sin necesidad de crear una persona jurídica, mientras que el segundo se refiere a la constitución de una organización que actúe como representante y haga más formal el proceso de asociatividad. Las asociaciones pueden formarse informalmente de acuerdo con sus intereses y llegar a una figura jurídica. Según Liendo y Martínez (2001) las relaciones pueden variar de informales a personas jurídicas establecidas, según la profundidad y duración de la asociación. Así también Narváez et al. (2009) mencionan la asociatividad bajo la estructuración de estrategias colectivas en el marco de redes formales e informales, reflejando las experiencias del desarrollo local. Cabe resaltar que el concepto de asociatividad que se aborda en la investigación es el de Liendo y Martínez (2001) como un mecanismo de cooperación voluntaria de empresas independientes para alcanzar el logro de sus objetivos comunes y el éxito en conjunto.

De acuerdo a la definición de la Magnazo et al. (2007) la asociatividad goza de ciertas características: es un mecanismo de cooperación, sin embargo, las empresas pueden competir entre sí; se necesita cierto grado de organización para repartir y coordinar actividades; se requiere permanencia y una visión conjunta de largo plazo; la decisión de asociarse debe ser voluntaria, dando la opción de ingresar o salir de la estrategia asociatividad; finalmente, se deben perseguir objetivos comunes definidos por los asociados.

A continuación, luego de haber definido la asociatividad según la perspectiva de los autores más relevantes, se procederá a nombrar y describir los principales tipos de asociatividad que existen. Grueso, Gómez y Garay (2009) mencionan que hay una diversidad de modelos asociativos, que lo que buscan es resolver problemas organizacionales, como lo son un limitado acceso a la tecnología, procesos productivos que no son eficientes y eficaces, falta de capacidad de negociación, insuficiente inversión en investigación y desarrollo y poca productividad. Por su parte, Rosales (1997) indica que existen diferentes tipos dependiendo de varios criterios: En función de las diferentes etapas del proceso empresarial relacionadas con las funciones básicas de la empresa (financiación, aprovisionamiento, recursos humanos, etc.) y según el alcance de la asociación (geográfico, sectorial, especializado, diversificado, etc.).

Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) también menciona a la asociatividad como una estrategia para enfrentar a los mercados globalizados: “Una alianza voluntaria entre empresas y emprendedores para disminuir costos y compartir riesgos en los negocios y promover conjuntamente sus productos o servicios en el mercado, sin perder la individualidad empresarial” (2013, p. 12). En este contexto, se menciona que hay diez tipos diferentes de asociaciones: Subcontratación, alianzas estratégicas, distritos industriales, núcleos empresariales, redes de servicios, pools de compras, grupo de exportación, cluster, joint ventures y consorcio (ver Anexo A).

En los modelos de asociatividad, Liendo y Martínez (2001) mencionan las redes verticales que permiten el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, a través de las cadenas productivas con grandes empresas. Por otro lado, las redes horizontales son empresas del mismo sector económico que deciden unirse para trabajar en un mercado determinado.

Por su parte, Grueso, Gómez y Garay (2009) describen tres modelos asociativos: distrito industrial, cluster y redes empresariales. Los distritos industriales son un grupo de empresas sectorialmente especializadas originadas por una articulación propia vinculadas geográfica y culturalmente. El cluster se define como una “aglomeración productiva” de empresas que producen y venden productos similares reunidos en un lugar dado. Las redes empresariales son un conjunto de empresas independientes que trabajan con el objetivo en común de aumentar la competitividad y la productividad. Asimismo, Grueso, Gómez y Garay (2009) señalan que la pertenencia a la red proporciona acceso a servicios profesionales de diseño, procesos industriales, tecnología, financiación, y propicia el desarrollo de una mayor capacidad para comprar, promocionar y comercializar sus productos, facilitando el surgimiento de economías de escala.

Para esta investigación se utiliza la perspectiva de Liendo y Martínez (2001) en donde la asociatividad es un mecanismo de cooperación con un objetivo en común, además se hace uso de la tipología empleada por Grueso, Gómez y Garay (2009) y Liendo y Martínez sobre las redes empresariales horizontales, en donde la pertenencia a una red genera el acceso a tecnologías, financiación, así como también economías de escala. Esto debido al tipo de asociaciones que se encuentran en el proyecto a analizar, en donde los emprendimientos femeninos pertenecen al mismo rubro económico y se unieron para aprovechar los beneficios de la asociatividad.

1.2. Creación de Valor

Es necesario definir la creación de valor para las organizaciones y la sociedad. El término creación de valor en principio básico consiste en generar beneficios; sin embargo, la responsabilidad de una empresa no termina ahí (D'heur, 2015). Actualmente, la creación de valor ya no se centra solo en el valor económico, se espera que las organizaciones, tanto privadas como las entidades sin ánimo de lucro, se preocupen por generar valor social y económico (SEKN, 2006). Beaumont (2016) indica que el valor social se da como respuesta a las necesidades sociales. Además, SEKN (2006) lo define como “la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica” (p. 296). Mientras que el valor económico puede definirse como la maximización de los beneficios. Se logra crear valor económico cuando de forma rentable se da respuesta a las necesidades de sus clientes (SEKN, 2006).

Por otro lado, se genera valor social cuando se derriban las barreras sociales, buscando siempre el bienestar y el progreso de los más debilitados. Sobre esto, SEKN (2006) sintetiza sus ideas para generar un concepto sobre “valor social” presentado en la Figura 3. La generación de valor se fundamenta en eliminar estas barreras u obstáculos con todos los grupos de interés asociados de la organización. Los resultados de las iniciativas sociales deberían conducir directamente al valor capturado por sus grupos de interés (individuos, comunidades, organizaciones y sociedad en un sentido más amplio) (SEKN, 2006).

“Tratando de desmontar la dicotomía entre beneficio social y beneficio económico, se aboga por un modelo de convergencia de intereses, en el que en un mundo globalizado y abierto, las compañías obtienen una combinación de beneficio social y económico” (Muñoz, 2013, p. 83). Es decir, se genera valor compartido, una nueva forma de gestionar las organizaciones, creando valor social sin dejar de lado el valor económico. “El concepto de valor compartido puede ser definido como las políticas y las prácticas operacionales que

mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera” (Porter & Kramer, 2011, p. 6).

Figura 1: ¿Qué significa el término “valor social”?

| | | |
|---|---|--|
| Presencia de barreras | Barreras de precio/ingreso | Bienes de consumo Educación formal Educación sexual y planificación familiar Capacitación en TI y la brecha digital |
| | Fallas de mercado: exclusión de mercados de capitales Barreras simbólicas: identidad colectiva escindida Lejanía geográfica: carencia de servicios públicos básicos | |
| Poblaciones objetivo debilitadas | Derechos básicos vulnerados Tejido institucional precario de comunidades de base Marginación y delincuencia juvenil | |
| Carencia de voz | Niños y adolescentes Consumidores Discapacitados físicos y mentales Medio ambiente | |
| Efectos secundarios no deseados de la actividad económica | Externalidades negativas Responsabilidad "por asociación": la licencia social para operar | |

SEKN (2006)

Por otro lado, existe el modelo del triple valor. Andreu y Fernández (2011) mencionan que el término “triple cuenta de resultados” se atribuye a John Elkington en donde se buscaba el triple objetivo: ser económicamente viable, ambientalmente responsable y socialmente productiva. Este modelo busca el desarrollo sostenible no solo en beneficios económicos “sino también por sus logros en la equidad y la justicia social y por la protección del medioambiente” (Plasencia et al., 2018, p. 65). El triple valor indica que para que una organización sea sostenible se debe enfocar en lo económico, social y medioambiental, abarcando todas las áreas.

La creación de valor sostenible representa el compromiso de una empresa de estructurar todos los aspectos de su actividad principal (es decir, los productos y las cadenas

de suministro) de forma que ofrezcan un valor añadido económico, ecológico y social al mismo tiempo (D'heur, 2015).

La creación de valor es importante para toda organización, es por ello que resulta fundamental que las pymes valoren su importancia y no desaprovechen oportunidades (García & Artola, 2010). Además de incluirla en su propuesta de valor para lograr ser sostenibles.

1.3. La asociatividad y su relación con el valor

En relación con lo mencionado, la asociatividad es un instrumento de cooperación entre grandes empresas o emprendedores que permite aunar esfuerzos y recursos en favor de la obtención de objetivos y beneficios comunes, los cuales no podrían obtenerse en caso de que operaran de manera individual, generando así valor económico y social.

Citando a Magnazo et al. (2007) los beneficios que derivan de la asociatividad son múltiples, estos pueden ser agrupados de acuerdo con su naturaleza: económicos, políticos y socioculturales. El primero podría permitir un desarrollo tecnológico más avanzado, reducción de riesgos y mejora del producto o servicio y su comercialización para generar una ventaja competitiva. En lo político, los beneficios que generan un aumento del poder relativo de los asociados podrían ser los que aumentan su capacidad de negociación y su representatividad en lo estatal y privado. Finalmente, están los beneficios socioculturales que facilitan el intercambio de conocimientos entre los asociados, debido a que se comparten ideas y experiencias previas, lo que a su vez fomenta la innovación y el mejoramiento continuo.

Tabla 1: Beneficios de la Asociatividad

| Financieros | Organizacionales | Comerciales |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a fuentes genuinas de financiamiento para reinversión, desarrollo de productos o mejoras y ampliaciones. • Contar con garantías necesarias y aumentar su capacidad de negociación ante organismos públicos encargados de instrumentar líneas de financiamiento. • Compras e inversión conjunta, la reducción de costos operativos, el acceso a nuevos mercados, la diversificación de la oferta de servicios, etcétera | <ul style="list-style-type: none"> • Mejora en los procesos productivos. • Aplicación de nuevas formas de administración o instrumentar procesos de planeamiento estratégico. • Posibilidad de intercambio de información productiva o tecnológica y la capacitación • Acceso a recursos críticos, tecnologías de procesos, y aumento conjunto del poder de negociación con proveedores y clientes. | <ul style="list-style-type: none"> • Realización más o menos sistemática de estudios de mercado, al repartir costos y tecnologías entre los socios. • Lanzamiento de nuevos productos al mercado. • Intercambio de información comercial. • Conformación de alianzas para vender y promocionar en forma conjunta. |

Adaptado de Gómez (2011)

Al igual que Magnazo et al. (2007), González (2008 citado en Gómez 2011) concuerda con el hecho de que la asociatividad permite alcanzar beneficios de forma conjunta, para lo cual es vital que los asociados complementen sus habilidades y compartan valores. Los objetivos o beneficios de la asociatividad pueden resumirse, principalmente, en tres tipos (Tabla 1): financieros, organizacionales y de comercialización (González 2008 citado en Gómez 2011).

A modo de apoyo con base en lo planteado por Magnazo et al. (2007) y Liendo y Martínez (2001) asimismo sostienen que la asociatividad permite adquirir beneficios, que no podrían adjudicarse de manera individual, por medio de la resolución de problemas de interés común, por ejemplo, la reducción de costos, integración de tecnología, mejor posicionamiento en los mercados, mayor acceso a los mercados, capacitación de recursos humanos, aumento de productividad, acceso a recursos materiales y humanos especializados, expansión de economías de escala, disponibilidad de información, captación de recursos financieros, optimización de estándares de calidad, creación de nuevos productos, ventajas competitivas, mejoramiento en las negociaciones con clientes y proveedores.

Santa et al (2019) señala lo siguiente respecto a los beneficios de la asociatividad, Además del crecimiento de la calidad de vida de empleados y empresarios, la asociatividad también ayuda a generar otros beneficios: mayor reacción a los eventos cambiantes del mercado, mayor competitividad, reconocimiento de marca, mejora en distintos procesos de producción y venta, confianza de los clientes y posibles inversionistas e, incluso, la apertura para que nuevas empresas se unan a esta asociatividad (p. 193).

En la misma línea de los beneficios, McQuaid (2000) presenta que las principales ventajas de las asociaciones pueden agruparse en tres puntos: disponibilidad de recursos, eficacia, eficiencia y legitimidad. Por otro lado, se considera que los miembros de las asociaciones obtienen los beneficios de la cooperación sin perder su autonomía, además, el resultado de la asociación trae beneficios mayores a la comunidad que los que podría adjudicarse de manera individual.

Es correcto afirmar que la asociatividad genera valor al ser aplicada; sin embargo, también es importante resaltar que conlleva diferentes obstáculos que tienen que ser afrontados para que pueda realizarse de forma adecuada y pueda ser eficaz (Santa et al, 2019). Según Arango y Castiblanco (2010) estas dificultades se pueden agrupar con base en su naturaleza económica, cultural y social.

Los obstáculos económicos radican en la falta de capital para asociarse, escasez de efectivo para invertir en infraestructura o mejora de las instalaciones y falta de financiamiento de los proveedores. Las dificultades culturales giran en torno a la falta de trabajo en equipo, desconfianza con la asociatividad, egoísmo frente a los demás “no hay planificación frente al futuro”. Las dificultades sociales, por último, posee como eje principal a las personas; existe

gran individualismo al trabajar, inseguridad, falta de oportunidades laborales y de estudio superior, así como de desempleo (Arango y Castiblanco, 2010).

Liendo y Martínez (2001) señalan que a pesar de la gran cantidad de ventajas que proporciona la asociatividad, su viabilidad se encuentra todavía limitada debido a ciertos factores del ambiente en donde se genera. Esto se puede notar en la falta de cultura asociativa en los pequeños empresarios, ya que, normalmente, han desarrollado sus actividades en torno a una lógica de competencia y no de cooperación.

Bobadilla, Puente y Fernández (2019) mencionan que existen estudios que contemplan críticamente a la asociatividad rural, dado que esta puede presentar posibles desventajas para los pequeños productores, implicando que la estrategia asociativa no necesariamente va a generar ventajas para los asociados. En ese sentido, Salas (2016) durante un estudio sobre la asociatividad agrícola de pequeños productores en el Perú, identificó que las ventas en el mercado nacional se relacionaron negativamente con la asociatividad para este pequeño grupo, esto en contraposición a lo que sucede con los medianos y grandes productores, debido a que estos no se cuentan con los mismos recursos.

En la misma línea de lo tratado, Ferrando (2015) muestra que existen ciertos factores que dificultan la asociatividad de pequeños productores agrícolas, entre los que resaltan la falta de confianza, la poca esperanza de ayuda del Estado, el desconocimiento de formas asociativas, el rechazo de la asociatividad y, por ende, su falta de capacitación. Otros factores, pero que son mínimos, radican en los bajos estándares de calidad, el temor al fracaso, preferencia por el trabajo individual y la baja capacidad de gestión asociada.

Para la presente investigación se ha optado emplear la perspectiva de González (2008) para señalar los beneficios de la asociatividad, debido a que agrupa los beneficios de esta según su naturaleza: financieros, organizacionales y comerciales, y, además, realiza un listado de los beneficios de asociarse específicamente para uno de estos. La perspectiva de las desventajas que se emplea para la investigación es la de Ferrando (2015), dado que contribuye con la muestra de factores que dificultan la asociatividad en pequeños productores en el campo de la agricultura. La asociatividad genera valor a través de los beneficios que percibe.

1.4. Espacio Asociativo (Entorno)

El entorno en el cual se desarrolla la asociatividad puede incidir de manera positiva o negativa en el éxito de dicha estrategia asociativa. Se entiende a los factores del entorno como los procesos y tendencias externas que influyen en el desarrollo de la cadena. Por su parte, Zabala (2007) menciona que dentro de las iniciativas locales, muchas veces los miembros desarrollan de manera independiente sus procesos productivos, ante la ausencia de estructuras empresariales y siendo víctimas de intermediarios o de excesos al comprar

insumos o al adquirir asistencia técnica o financiamiento. Estos individuos se juntan producto de necesidades o carencias similares, y a partir de ello unen sus esfuerzos productivos para brindar una solución a estas carencias.

Según Busson (2012), el ambiente es importante para el éxito de las relaciones interorganizacionales en las asociaciones, para lo cual menciona factores importantes: La concientización, la importancia del reconocer la interdependencia para concretarse una red, es decir, la autoconciencia, del entorno y de cómo es interdependiente con los demás. El dominio del consenso-disenso, o sea el nivel de acuerdo sobre la diferenciación de roles o tareas en las organizaciones. Además, la cercanía geográfica, la distancia facilita o dificulta las interacciones. También la dependencia localizada, grado en que los recursos se obtienen o no en una sola región. Finalmente, el tamaño, cuan más mayor es más débil es el vínculo, tornando más superficiales las relaciones en la red.

Según Santa et al. (2019) para que la asociatividad sea exitosa se requiere, en principio, tener confianza en los demás miembros asociados, se debe incrementar la retroalimentación y autoevaluarse de forma constante de acuerdo con la gestión que se viene llevando a cabo.

Pareciera entonces que la asociatividad está presente como una oportunidad o alternativa de solución en todos los campos de la acción colectiva organizada, pues esta requiere participación, compromiso, esfuerzo compartido, pero sobre todo confianza en las reglas de juego que orientan las relaciones sociales de individuos que consideran que solo agrupándose pueden alcanzar objetivos de diversa índole. (Bobadilla, Puente y Fernández, 2019, p. 70).

En ese mismo sentido, el MINCETUR (2013) expone cuatro principios éticos necesarios para que la asociatividad pueda realizarse: confianza, transparencia, respeto y participación. Según Aguirre y Pinto (2006) la asociatividad puede ser vista como un recurso de acción dentro de una organización con la finalidad de realizar actividades y objetivos comunes, y en los cuales existe el entusiasmo de asociarse para realizar una actividad en conjunto, que la individualidad no podría ejecutar.

Hopp (2011) propone tres dimensiones centrales para la sostenibilidad de las experiencias asociativas. En primer lugar, se tiene a la dimensión económica, que alude a la capacidad de generar recursos para la reproducción y expansión de las unidades económicas para el uso de los hogares que dependen de ella. En segundo lugar, la dimensión política que se expresa en la institucionalidad de las formas laborales asociativas, a las regulaciones que ayudan o impiden el desarrollo, así como a las protecciones sociales por ser asociaciones. Por último, la dimensión cultural y social, que se refiere a los procesos de construcción de una identidad, individual y colectiva, a una economía social autogestionada, así como las

formas de participación y empoderamiento de los actores hacia una producción acorde a las necesidades de la comunidad.

Para la investigación se toma el enfoque de Busson (2012), respecto al espacio asociativo, en donde menciona factores importantes para una buena relación organizacional: concientización, dominio del consenso-disenso, cercanía geográfica, dependencia localizada y tamaño.

1.5. Emprendimiento femenino

Las asociaciones del caso de estudio están conformadas por emprendimientos femeninos, es por ello que se ha considerado importante desarrollar este subcapítulo. Por otro lado, estas se encuentran en un contexto determinado, están ubicadas en zonas rurales y peri urbanas y en su mayoría pertenecen a una comunidad del rubro económico al que se dedican influenciado por la zona geográfica en la que se encuentran ubicadas.

El emprendimiento comunitario es parte de la actividad colaborativa en los países en desarrollo, pues el aprovechamiento del espíritu comunitario alienta a las personas y las organizaciones a centrarse en una mejor utilización de los recursos del mercado para unir fuerzas por una necesidad común. Además, Aguirre y Pinto (2006) mencionan que el funcionamiento de una organización asociativa implica un mayor compromiso en función del propósito de la organización que se ve reflejado en los aspectos instrumentales de sociabilidad y expresión simbólica.

Zabala (2007) menciona que el principio de autosuficiencia de Aristóteles se basa en el dinamismo de las iniciativas de un emprendimiento para acelerar y asegurar el desarrollo local. Por su parte, Rodríguez, Caballero y Gómez (2020) sostienen que la noción de emprendimiento asociativo conduce a sinergias que permiten la creación de ventajas competitivas gracias al trabajo en equipo, cadenas productivas de valor, mayor participación en el mercado local, regional y nacional y genera la mejora de condiciones para la mejora de calidad de vida y bienestar social.

Según Ormeño (2014) existen estudios desde el campo de la economía, los cuales describen al emprendedor como un agente que genera autoempleo y empleo para otros. A su vez, Olaz y Ortiz (2017) argumentan que el emprendimiento femenino contribuye al crecimiento económico a partir de la creación de empresas y fortalecimiento de las políticas de igualdad.

Sin embargo, hay una construcción social sobre el rol de la mujer en la sociedad que genera diferencias en comparación con los hombres. Según Olaz y Ortiz (2017) ciertos estudios sugieren que los hombres deciden emprender por razones vinculadas a la oportunidad, el financiamiento o el desarrollo profesional, por el contrario, las mujeres toman

esta decisión en busca de mejorar su situación laboral precaria o por la falta de empleo, es decir, por necesidad propia.

Según Forero-Bernal y Durán-Duarte (2019), el emprendimiento femenino tiene cuatro ejes que giran en torno a factores (externos e internos), dimensiones (opciones académicas, experiencia y orientación profesional), categoría teórica (demografía, diferencias de género, cultura y carrera) y política pública (visión y la ley, organismos gubernamentales). “A estas cuestiones deben añadirse otras percepciones que enlazan con ciertos factores informales- percepción de las competencias y habilidades que las personas tienen o creen tener- relevantes para el emprendimiento femenino” (Olaz & Ortiz, 2017, p. 53).

Saavedra y Camarena (2015) argumentan que las mujeres emprendedoras están en desventaja ya que cuentan con menos estudios y experiencia laboral. Además, las empresas dirigidas por mujeres tienen un desempeño deficiente debido a que trabajan en sectores de bajo rendimiento, así como una aversión al riesgo que influye en el acceso a financiamiento necesario limitando su crecimiento. También señalan la existencia de asimetrías de género, lo que llama a la creación de políticas públicas que rompan las barreras de las mujeres en el mundo empresarial.

“Además, las estructuras organizacionales de las empresas creadas o administradas por mujeres son descritas como redes horizontales y el proceso decisional es participativo” (López, Rubio & Parra., 2020, p.14). Esto debido a que se apoyan en las redes sociales y no tanto en prácticas individuales sistémicas. Castiblanco (2013) indica que las mujeres emprendedoras se enfrentan a diferentes dificultades, lo que las hace formar redes, esto en consecuencia de que tienen una menor disposición al riesgo, menos confianza en la toma de decisiones, así como es mayor la importancia en la calidad de vida que en la rentabilidad.

La perspectiva que se utiliza en la investigación en torno al emprendimiento femenino es la de Saavedra y Camarena (2015) en donde explica diversas variables a partir de las cuales analizar el emprendimiento femenino como el nivel de estudios, la experiencia laboral, el rendimiento empresarial, el acceso a financiamiento y las asimetrías de género y políticas públicas.

1.6. Asociatividad en emprendimientos femeninos

Las mujeres por muchos años han sido relegadas a las tareas como el cuidado de los integrantes del hogar y las actividades de la casa, dejando de lado su participación económica. A pesar de que en el ámbito laboral ellas son un pilar del crecimiento económico a gran escala y contribuyen a potenciar el capital humano de un país, al mismo tiempo que con su aporte se benefician a nivel personal y a sus familias (Pagés y Piras, 2010).

En muchas ocasiones, las mujeres inician un emprendimiento por necesidad y urgencia económica, aunque tienen muchos riesgos de quiebra y estancamiento, por lo que la asociatividad disminuiría esos riesgos y contribuiría al desarrollo de las mujeres.

[...] en la actualidad las mujeres inician actividades emprendedoras a partir de sus habilidades y experiencias, asociadas a servicios y tareas domésticas o actividades heredadas por tradición familiar, lo que conlleva problemas de rentabilidad, de crecimiento y de escalabilidad, situación por la cual sus emprendimientos se mantienen en el tiempo como actividades de subsistencia y con bajos niveles de desarrollo. (Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, 2017, p. 15).

“De lo anterior cabe resaltar que los procesos de emprendimiento de mujeres generalmente se asocian a pequeñas empresas y a contextos de países económicamente emergentes” (Mejía & Vargas, 2018, p. 4). Por su parte, en un estudio realizado por Valdivieso (2007) sobre cooperativas y mujeres emprendedoras y empoderadas venezolanas, desarrollado durante el 2005-2006 en el marco del proyecto “Género, mujeres y cooperativismo”, en donde se trabajaron con catorce cooperativas elegidas en aleatorio y con trece mujeres que participaron muy activamente en ellas. Venezuela es un país con desigualdades muy marcadas, del 65% de población en pobreza, el 70% son mujeres, además ellas poseen un índice 4 veces mayor de desempleo. En el estudio se encontró que las organizaciones cooperativas favorecen el empoderamiento de las mujeres y promueve la equidad de género, a pesar de que no es el objetivo:

Podemos señalar que no encontramos que exista especial interés por los temas de equidad de género, quizás porque se considera que los principios del cooperativismo tales como autonomía e independencia, participación económica equitativa, educación cooperativa, cooperación entre cooperativas y adhesión abierta y gestión democrática, proponen visiblemente la equidad de género. (Valdivieso, 2007, p.142).

Por otro lado, en una investigación de Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018) sobre el proceso asociativo de mujeres rurales de Bogotá y Cundinamarca realizado durante el 2016 a 19 mujeres líderes rurales del sistema alimentario de los municipios de Sibaté, Sopó y Sumapaz. La investigación muestra los procesos de empoderamiento desde la asociatividad con una metodología descriptiva. A continuación, se desarrolla en la Tabla 2 los principales beneficios de la asociatividad en emprendimientos de mujeres.

Tabla 2: Beneficios de la Asociatividad en emprendimientos de mujeres

| Beneficios | Definición |
|--|--|
| Participación femenina | Las mujeres lograron obtener cargos de toma de decisiones dentro de las asociaciones. |
| Acceso a nuevos mercados | Las asociaciones les han permitido subcontratar sus productos, expandir su mercado y comercializar sus alimentos. |
| Desigualdad de género productiva | La asociatividad ha permitido a las mujeres acceder a áreas tradicionalmente ocupadas por hombres, como la asistencia técnica, insumos agrícolas, financiamiento de proyectos y capacitación. |
| Autonomía económica y fortalecimiento de habilidades | El proceso asociativo ha permitido a las asociadas fortalecer habilidades que no habían desarrollado de manera individual, tales como cooperación, solidaridad, trabajo en equipo, liderazgo, toma de decisiones y principalmente autonomía económica. |
| Carga adicional de trabajo | La participación de las mujeres en las asociaciones ha generado que se incremente su carga laboral total, esto debido a que siguen manteniendo sus actividades en la cadena agropecuaria, respecto de la selección de alimentos para la familia y cuidado del hogar. |

Adaptado de Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018)

En consonancia con lo anterior, en un estudio que busca promover a la asociatividad como una alternativa para gestionar emprendimientos productivos en un grupo de mujeres cabeza de familia del municipio de Duitama, en Boyacá, las cuales se encuentran en situación de vulnerabilidad, se expusieron los beneficios que proporciona la asociatividad a este grupo de mujeres. Se menciona que es conveniente que decidan asociarse, ya que es una herramienta esencial para generar empleos a corto y largo plazo. Además, la estrategia asociativa es fundamental para fortalecer sus emprendimientos, debido a que podrán formalizar diversos proyectos productivos que generen ingresos y mejoras económicas a sus familias. Finalmente, se concluye que la asociatividad es primordial para este grupo de mujeres porque suelen realizar sus actividades sin tener conocimientos empresariales o apoyo del gobierno, lo cual incide negativamente en los aspectos económicos y socioculturales (Serrano, Montoya & Puentes, 2017).

La asociación en las mujeres empresarias cumple con una función representativa y de defensa de los intereses de todas ante la sociedad, pues es un catalizador del trabajo, construyendo redes sociales entre mujeres que viven en un mismo territorio, consiguiendo apoyos importantes y acceso a recursos (Vercher, Escribano y Thurik, 2020). En este sentido, son factores formales e informales los ejes articuladores de la asociatividad en los emprendimientos femeninos. Por un lado, se tiene los principales factores formales como acceso a financiación, formación y políticas de apoyo no económicas del entorno. Por el lado de factores informales, se tiene la percepción de habilidades, rol familiar y redes sociales.

Finalmente, la perspectiva que se utiliza en la investigación para asociatividad en emprendimientos femeninos es la de Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018), debido a que el enfoque de asociatividad expuesto está orientado hacia las mujeres emprendedoras del mundo rural y periurbano, lo cual lo hace pertinente para nuestra investigación. Los beneficios desarrollados en este tipo de asociaciones son participación femenina, acceso a nuevos mercados, desigualdad de género, autonomía económica y fortalecimiento de capacidades, y carga adicional del trabajo.

2. La formalización empresarial

En el presente subcapítulo se aborda el concepto y ramas tributaria, comercial y laboral de la formalización empresarial. Seguidamente, se estudian las etapas para el proceso de formalización y los grados de legalidad. Además, se aborda la creación de valor, tanto económico como social. Finalmente, se analiza la relación de la formalización con el valor, mostrando ventajas y desafíos para lograr hacer un análisis.

2.1. Concepto y ramas de la formalización empresarial

Diversos conceptos propuestos se presentan alrededor del proceso de ingresar a la economía formal. La definición de formalización empresarial, según Malesky & Taussig (2009), es registrarse como empresa y, por lo tanto, reconocer el tamaño y alcance de operaciones comerciales a funcionarios tributarios y reguladores. Por la parte de Kenyon (2007), la formalización se refiere al proceso mediante el cual empresas que anteriormente no cumplían con integrarse a instituciones formales o autorizadas por el Estado, como la propiedad de registros y listas de impuestos. Finalmente, se define como el grado en que se escriben las reglas, procedimientos, instrucciones y comunicaciones (Pugh et al., 1968: 75 citado en Kaufmann & Feeney 2012). Estos autores hacen referencia al término estudiado asociándolo con registros, entes reguladores y pago de impuestos que forman parte de la formalización tributaria, comercial y laboral.

Según la OIT (2015), los criterios operacionales utilizados para definir formalidad en su mayoría tienen que ver con el cumplimiento de la legislación comercial, tributaria y laboral vigente. Chacaltana (2016) indica que “formalidad laboral se refiere al tipo de relación que el negocio tiene con sus trabajadores” (p. 40). Y esta relación implica obligaciones del empleador para ofrecer un empleo formal a los colaboradores asalariados (Infante, Chacaltana y Editores, 2014). Considerando el sujeto de estudio de la investigación, se hace énfasis en la formalización de tipo comercial y tributaria, puesto que en su mayoría son asociaciones de emprendimientos sin una cantidad representativa de colaboradores. Por otra parte, la formalización tributaria implica el cumplimiento de las obligaciones tributarias tras registrarse como empresa y está relacionada con la evasión de impuestos, la cual según

Cosulich (1993) se define como el incumplimiento de las obligaciones de los contribuyentes. Finalmente, la formalización comercial implica el registro para iniciar actividades comerciales donde “las empresas pueden estar legalmente obligadas a obtener diferentes certificados, licencias y permisos para poder operar” (OIT, 2015, p. 55).

La formalización empresarial sigue siendo un tema central de debate en el ámbito de la investigación y las políticas de economía del desarrollo, presumiblemente debido a su asociación con el crecimiento económico inclusivo (Ishengoma, 2018). La formalización de las organizaciones es una tarea pendiente para la economía de la mayoría de los países en desarrollo. Por ello, según Kenyon (2007) se debe proporcionar un marco para pensar sobre el proceso de formalización que aborda los problemas de acción colectiva involucrados en la construcción de una cultura de cumplimiento entre empresarios y estados de países en desarrollo. Sin embargo, en la realidad esta cultura de cumplimiento es débil. Las empresas no sienten que sea beneficioso dejar la economía informal mediante la formalización (McCaig & Nanowski, 2019). Según Ishengoma (2018), a pesar de la presencia de regulaciones gubernamentales, la formalización empresarial es voluntaria, siendo principalmente una elección.

Por lo tanto, la formalización es una elección de las empresas en función de los costos y beneficios percibidos de la informalidad en relación con la formalidad (McCaig & Nanowski, 2019). Los primeros incluyen tarifas de registro y licencia y los costos continuos del cumplimiento de la salud y la seguridad, seguridad social y otras regulaciones laborales (Kenyon, 2007). Si estos costos superan los beneficios, la elección será el ámbito informal. “Los altos costos asociados a la formalización de las empresas, el riesgo asociado a la actividad de la nueva empresa y los costos de salida son la principal razón para tomar la decisión de operar informalmente” (Zylbersztajn & Graca, 2003, p. 162). Cuando los emprendedores optan por quedarse en la economía informal, los gobiernos pierden ingresos fiscales, el público se enfrenta al peligro de regulación sanitaria y medioambiental ineficaz, y un círculo vicioso en demandas que socavan al gobierno (Malesky & Taussig, 2009).

Por su lado, Infante, Chacaltana y Editores (2014) sostienen que es necesario pensar en la formalización como un tránsito desde una economía informal hacia una economía formal, donde se viajaría de la vulnerabilidad a indicadores de desarrollo sostenible. Asimismo, el concepto de formalización empresarial se presenta como medio de inclusión para asegurar la sostenibilidad de las organizaciones, siendo el beneficio superior al costo en este caso.

La formalización debe entenderse más que como una obligación de registro, como un medio de inclusión económica, ambiental y social de las empresas en los mercados, para que estas

aumenten sus índices de productividad, accedan al sistema financiero y sean sostenibles (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016, p. 1).

Por el contrario, la exclusión sería para las empresas pequeñas. La informalidad es un estado natural para muy pequeñas empresas y que los costos de exclusión solo se hacen evidentes una vez que la empresa alcanza un cierto tamaño (Kenyon, 2007). Del mismo modo, una característica común de las empresas pequeñas es que son informales, es decir, no están registradas en el gobierno (McCaig & Nanowski, 2019). De este modo, el tamaño del negocio guarda relación con el grado de legalidad, pues a más crecimiento más nivel de formalización (Infante, Chacaltana y Editores, 2014).

Gracias a todo lo desarrollado, cabe resaltar que la formalización empresarial que se aborda en esta investigación pretende que sobresalgan los beneficios sobre los costos, para que sea una elección voluntaria de las asociaciones de emprendimientos dejar el ámbito informal. Por ello, se toma como referencia el concepto presentado por el MINCIT - Ministerio de Comercio (2016), y a la vez porque abarca la inclusión de las empresas para lograr una sostenibilidad en el tiempo. Esto, debido a que es una definición más completa, con una visión holística, y no limitada solo a los procesos de la formalización.

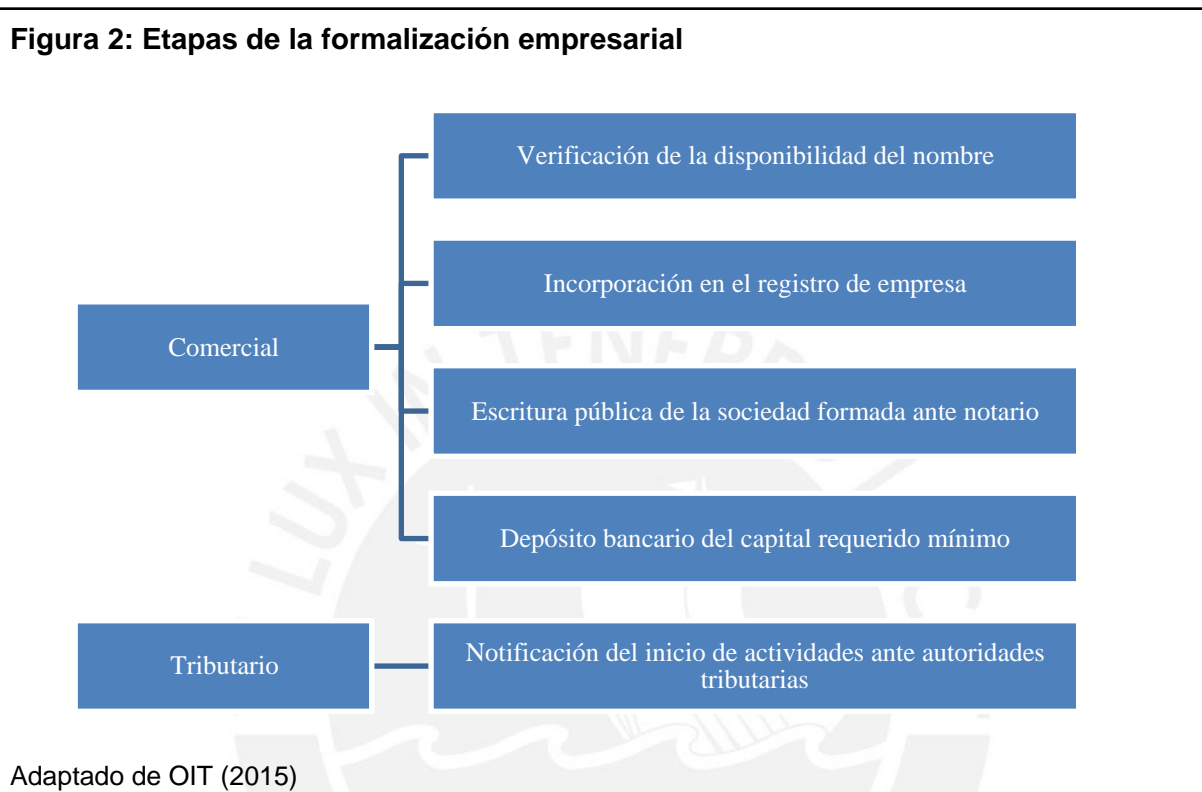
2.2. Etapas de formalización en organizaciones

La formalización empresarial es un proceso gradual. Según la Organización Internacional del Trabajo (2017) un empresario puede contar con una licencia municipal de funcionamiento para llevar a cabo sus actividades sin haberse registrado en la agencia. El primer paso para formalizar una empresa es registrarla y adquirir una licencia comercial de una autoridad gubernamental para operar dicha empresa (Cling, Razafindrakoto, & Roubaud, 2012; Nelson & De Bruijn, 2005 citados en Ishengoma 2018). A su vez, se despiden otros procedimientos asociados primero con la formalización comercial:

Según la Organización Internacional del Trabajo (2015) un primer paso para la constitución de la empresa es la verificación del nombre de la empresa, que esté disponible sin similitudes con otras empresas. Posterior a ello, la incorporación en el registro de empresas con una entidad pública o privada para estos fines. Dependiendo de las regulaciones y la forma jurídica escogida, los países pueden pedir diferentes tipos de formularios (la escritura pública de la sociedad firmada ante notario, un comprobante de pago bancario del capital mínimo requerido y una cuota de inscripción, entre otros). Con este registro, la entidad puede interactuar de modo legal con otras entidades privadas y públicas.

Por el lado de la formalización tributaria, la empresa debe dar aviso ante las autoridades tributarias competentes del inicio de actividades, la cual le asignará un código de identificación fiscal que significará el permiso para emitir boletas y/o facturas (OIT, 2015). Se

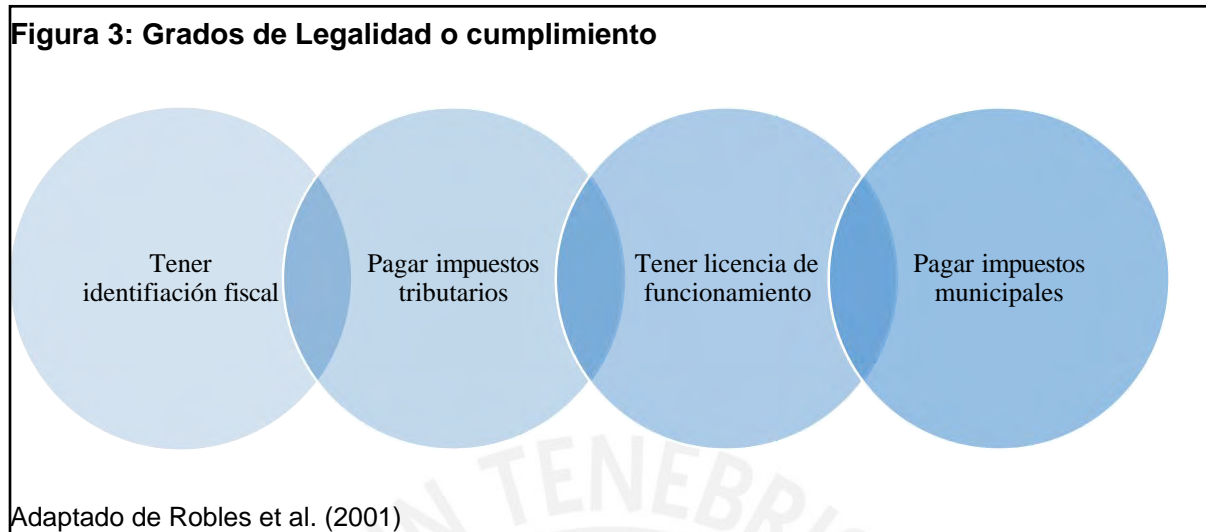
puede verificar en la Figura 1 los pasos tanto del procedimiento comercial como tributario. “Muchos de los procedimientos para la constitución de la empresa se hacen solo una vez, mientras que las obligaciones tributarias y de la seguridad social se repiten durante toda la vida operacional de la empresa” (OIT, 2015, p. 54).



Todo este proceso de registro involucra costos para acceder a los derechos como empresa ante el gobierno, y deberes a través de un contrato. De acuerdo con Nelson y De Brujin (2005 citados en Ishengoma 2018), desde la perspectiva de la nueva teoría de la economía institucional, la formalización como intercambio entre un empresario y el gobierno implica costos de transacción, derechos de propiedad y un contrato. Los costos de transacción incluyen todos los gastos en los que incurre el operador para registrar el negocio y cumplir con las regulaciones gubernamentales.

Básicamente, estos costos se relacionan con el tiempo y el dinero invertidos en tratar con los departamentos gubernamentales, los derechos de propiedad están asociados con la protección de las propiedades comerciales de un empresario por parte de los departamentos legales del gobierno y reconocimiento de los derechos de una empresa/empresario en la comunidad. El contrato estipula las obligaciones de los operadores comerciales en relación con el cumplimiento de las regulaciones gubernamentales. Siguiendo la línea, la obligación del gobierno es proporcionar un mejor entorno comercial y, cuando este cumple, los empresarios pueden verse inducidos a decidir formalizar sus negocios o avanzar en su

formalización, puesto que los beneficios superan a los de operar informalmente (Ishengoma, 2018).



En la práctica, muchos empresarios no son ni del todo formales ni del todo informales, pues operan en algún lugar en el medio de estos dos extremos, mostrando varios niveles de formalización (Williams & Shahid, 2016). Otros autores que sostienen esta idea son Robles et al. (2001), al afirmar que se es informal en ciertas dimensiones y cierta medida, existiendo diversos grados de legalidad según asociados al cumplimiento de las normas establecidas. En este contexto, identifican cuatro criterios importantes para identificar el grado de cumplimiento que aparecen en la Figura 2: 1) Tener identificación fiscal, 2) pagar los impuestos correspondientes, 3) tener licencia de funcionamiento y 4) pagar los impuestos municipales.

Por su parte, “las empresas de menor tamaño operan en distintos niveles de informalidad, cumpliendo con algunas normas, pero no con otras, ya sea por elección o por falta de conocimiento” (OIT, 2015, p. 171). Para comprender al sujeto de estudio, se identifica en qué etapa de formalización tributaria como comercial se encuentra según lo propuesto por la OIT (2015) y se toman los criterios de Robles et al. (2001) para analizar el grado de legalidad dentro de esas etapas.

2.3. Formalización y su relación con el valor

A partir de lo expuesto, podemos inferir que en esta investigación la formalización representa una ayuda para eliminar las brechas existentes entre las asociaciones y sus grupos de interés. Los obstáculos son derribados por la formalización y se transforman en beneficios relacionados principalmente con instituciones financieras, proveedores, organismos públicos, socios y clientes. Por ejemplo, una barrera superada con la formalización es el acceso al crédito financiero, que es uno de los servicios por los cuales los sectores carentes de recursos pagan más sobreprecio o interés (SEKN, 2006). Al superar

estas barreras con los grupos de interés, la formalización genera valor en las asociaciones a través de los beneficios que ahora percibe.

Las empresas pueden comparar los beneficios potenciales de la formalización, como un mejor acceso al crédito, la infraestructura y otros bienes públicos productivos, una base de clientes más amplia y un menor riesgo de multas, con los costos potenciales, como el pago de impuestos, el cumplimiento de las regulaciones y menos empleo y producción (Almeida & Carneiro, 2009; Bruhn & McKenzie, 2014; Farrell, 2004; McKenzie & Sakho, 2010; Ulyssea, en prensa citada en McCaig & Nanowski 2019). Sin embargo, Benhassine et al. (2016) afirma que la formalización ofrece beneficios limitados a las empresas y los costos asociados son altos, por lo que es poco probable que tales esfuerzos mejorados de la formalización pasen las pruebas de costo-beneficio.

Según Altmann (2011) menciona que existen tres perspectivas diferentes en la literatura sobre la explicación de los empresarios, en mayor medida de mypes, de mantenerse en la economía informal. En primer lugar, está el motivo de evasión de impuestos y obligaciones regulatorias. Además, ven el sector informal como un modo de operacionalización de bajo costo, como una forma de generar empleo e ingresos ante el mal desempeño de las instituciones formales. Y por último, las barreras estructurales para entrar al mercado formal, por las diferentes políticas e instituciones legales y jurídicas, así como la corrupción burocrática que genera desconfianza.

En el estudio de Rodríguez y Hernández (2014) concluyen que, con el fin de conseguir nuevos mercados, beneficios tributarios, competitividad y generación de empleo, para el proceso de formalización, el Estado no solo debe legislar sino ver que se tengan las condiciones óptimas. "Si no se trabaja en estos pilares es poco factible que se pueda aumentar la formalización del emprendimiento empresarial que es la vía segura a la formalización laboral y organizacional que tanto requiere el país." (Rodríguez & Hernández, 2014, p. 135).

Por otro lado, Rodríguez y Hernández (2014) presenta las siguientes ventajas de formalizar una organización en la Tabla 3, que ayudan a analizar la relación de la formalización con el valor en las asociaciones de emprendimientos a investigar.

Tabla 3: Ventajas de Formalizar su empresa

| Ventajas de Formalizar su empresa | |
|---|--|
| 1. Se adquiere valor al constituirse legalmente. Una empresa puede expandirse en el futuro. | 10. Acceso a nuevos mercados y oportunidades de exportación. |
| 2. Proyecta confianza al cliente. | 11. Se evita multas del Gobierno. |
| 3. Brinda una imagen de ética y responsabilidad que proporciona valor agregado a sus productos y servicios. | 12. Se evita riesgos de cierre de su empresa por no cumplir con la ley. |
| 4. Acceso para participar en concursos públicos y adjudicaciones como proveedor del Estado. | 13. Se establece la responsabilidad de los socios en empresas que existen sociedades. |
| 5. Posibilidades de acceso a créditos y préstamos en instituciones financieras. | 14. Conocerá el rendimiento a través de las evaluaciones de sus resultados registrados. |
| 6. Otorga un equipo de trabajo más motivado por los beneficios de la formalidad. | 15. Posibilidad de expandir la empresa abriendo nuevas filiales en otras regiones del país. |
| 7. Acceso a programas apoyados por el Gobierno. | 16. Posibilidad de asegurar los bienes de la empresa contra diferentes riesgos. |
| 8. Facultad para cerrar contratos legales con clientes y proveedores. | 17. Una empresa formalmente inscrita evidencia responsabilidad social del propietario. |
| 9. Mejores oportunidades de negocios. Los empresarios serios y responsables no hacen negocios con empresas que no cuentan con respaldo legal. | 18. Los trabajadores de la empresa gozan de seguro y beneficios sociales proporcionados por el Gobierno y otras instituciones. |

Adaptado de Rodríguez y Hernández (2014)

Como se aprecia, hay variedad de ventajas para la formalización empresarial que promueve mejores relaciones con sus partes interesadas. Por ejemplo, sin un sello de aprobación gubernamental, los inversores y prestamistas perciben a las empresas como riesgosas y pueden negarse a invertir dinero en ellas (Wellalage y Locke, 2016 citados en Assenova & Sorenson, 2017). La legitimidad importa en gran parte porque los poseedores de recursos ya sean inversionistas, empleados, compradores o proveedores, se preocupan de que una organización no funcione de manera responsable y confiable, poniendo en riesgo sus inversiones de tiempo y activos (Hannan y Freeman, 1984 citados en Assenova & Sorenson, 2017). Según Kaufmann & Feeney (2012), el grado de formalización dentro de una determinada organización nos dice cuántas reglas escritas existen.

La formalización como generador de valor se puede dividir en dos dimensiones: económica y social (Tabla 4). “Ciertamente, existe captura de rentas en los procesos de formalización, pero su presencia no puede llevarnos a olvidar la utilidad y los beneficios sociales de la formalización” (Arruñada, 2010, p.11). Según la figura antes mencionada de

Rodríguez y Hernández (2014), se pueden dividir las ventajas en tres tipos: Financiera, Organizacional y Comercial. Para efectos de la investigación solo se utilizan 15 de los 18 beneficios mencionados, debido a que no se verá la rama laboral. Así como también se consideran las variables de Altmann (2011) sobre la decisión de empresarios de mantenerse en la informalidad. En la dimensión social se identifica las barreras sociales de SEKN (2006) que se logran vencer con la formalización.

Tabla 4: Ventajas de empresa formal por dimensión

| Valor | Dimensión | Ventajas | Desafíos |
|-----------|--|--|--|
| Económico | Financiera | <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a crédito y servicios financieros* • Beneficios tributarios y no tributarios • Evitar riesgos de sanciones | Impuestos y obligaciones regulatorias |
| | Organizacional | <ul style="list-style-type: none"> • Brinda una imagen de ética y responsabilidad • Protección legal • Responsabilidades en asociaciones • Seguimiento del rendimiento • Posibilidades de expansión • Adquiere valor al legalizarse • Programa de apoyo empresarial • Responsabilidad social de propietarios | Operacionalización de bajo costo Barreras estructurales (burocracia y corrupción) |
| | Comercial | <ul style="list-style-type: none"> • Confianza en los clientes • Participar en concursos públicos • Facultada para cerrar contratos legales • Nuevos mercados • Mejores oportunidades de negocio | Relaciones informales |
| Social | <ul style="list-style-type: none"> • Inclusión social: Derechos básicos. • Alianzas entre sectores de la misma comunidad • Acceso a crédito y servicios financieros* • Posibilidad de diálogo (poder expresarse) | | |

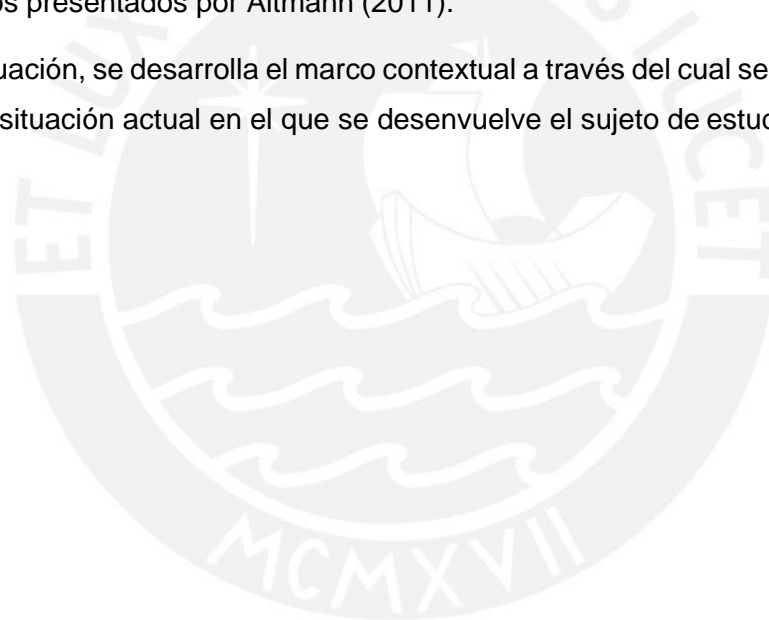
Adaptado de Rodríguez y Hernández (2014), SEKN (2006) y Altmann (2011)

Al enfocarse en el objetivo de este trabajo, al relacionar los potenciales beneficios de la formalización empresarial en las asociaciones de emprendimientos femeninos, se aprecia que:

Definitivamente el problema a la formalización empresarial no está en crear modelos societarios que permitan la consolidación empresarial y el afianzamiento del emprendimiento sostenible, si el Estado no hace ajustes en los controles y en la fiscalización empresarial, cualquier esfuerzo será en vano y a pesar de que países como Brasil, Colombia, Chile y Perú están entre los países latinoamericanos mejor posicionados para aprovechar la creciente demanda mundial de productos básicos en los próximos años. Si se desea aprovechar esta oportunidad tendrá que solucionar numerosos obstáculos de economía política, esta política no está en manos de los empresarios, está en manos del Estado (Rodríguez & Hernández, 2014, p. 134).

El marco teórico presentado de los dos ejes articuladores (asociatividad en emprendimientos femeninos y formalización empresarial) concluye que entre los criterios identificados están, por el lado de asociatividad; el entorno asociativo, en donde se desarrolla el ambiente de las asociaciones de Busson (2012); beneficios de la asociatividad de Gonzales (2008) y desventajas de Ferrando (2015); emprendimiento femenino, se explica las variables del perfil de la mujer emprendedora presentado por Saavedra y Camarena (2015); y la asociatividad en emprendimientos femeninos, que muestra los beneficios encontrados en asociaciones de emprendimientos femeninos en un estudio de Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018). Por el lado de formalización, se identificaron los criterios de ramas de formalización definidos por la OIT (2015); etapas de formalización en organizaciones, en donde se muestra el proceso de formalización definido por la OIT (2015) y el grado de legalidad de las asociaciones (Robles et al. 2001); por último, se desarrolla la formalización y su relación con el valor mediante las ventajas de Rodríguez y Hernández (2014) y SEKN (2006) y desafíos presentados por Altmann (2011).

A continuación, se desarrolla el marco contextual a través del cual se tendrá una visión más clara de la situación actual en el que se desenvuelve el sujeto de estudio.



CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL

En el presente capítulo se desarrolla el marco contextual, el cual involucra tres puntos fundamentales: la situación de las asociaciones en Perú, la situación de la formalización empresarial peruana y finalmente se presenta al proyecto “Mujeres en la Empresa” de la ONG CARE Perú. Con ello, se busca mostrar el contexto en el que se desarrolla el sujeto de estudio y crear un marco referente para permitir la comprensión de la formalización como generador de valor en las asociaciones de emprendimientos femeninos del proyecto “Mujeres en la empresa” en Piura de CARE Perú.

1. La situación de las asociaciones en Perú

En los siguientes dos subcapítulos se desarrolla la situación de las asociaciones de los emprendimientos femeninos peruanos haciendo énfasis en la región de Piura y la asociatividad de emprendimientos femeninos en Perú.

1.1. La situación de las asociaciones empresariales en Piura

Las asociaciones empresariales se han desarrollado en diversas zonas peruanas debido a la cooperación de sus integrantes, la cual ha permitido mejorar el nivel de respuesta ante entornos cambiantes.

En América Latina, y en el Perú en particular, existen diversos mecanismos de cooperación, con mayor incidencia entre familias en zonas urbano-populares, comunidades andinas y amazónicas, en donde este se convierte en el factor clave para su sobrevivencia y crecimiento en entornos naturales y socioeconómicos difíciles y complejos, imposibles de dominar y transformar si no se coopera (Bobadilla, Puente y Fernández, 2019, p. 69).

Angulo (2019) menciona que en el Perú el Estado ha contribuido al surgimiento y desarrollo de la asociatividad empresarial, aunque también alentó su desactivación mediante contradicciones en el aparato estatal. En el siglo XXI, la acción gubernamental ha promovido la competitividad mediante la asociatividad empresarial orientada a economías de escala, pero dejando de lado los principios solidarios. Además, indica la importancia de mejores condiciones para este asociacionismo importante para la organización de productores individuales.

En el Perú existen tres principales formas de asociarse: cooperativas, asociaciones civiles y sociedades mercantiles. En la misma línea, Ferrando (2015) menciona que los sistemas de organización predominantes en Perú son: la asociación, la cooperativa y las comunidades. Así como también los *cluster*, redes empresariales verticales y horizontales, sociedades agrícolas y Uniones de ahorro y crédito.

Las asociaciones en Perú se encuentran bajo una economía popular en donde prevalece lo comunitario para buscar la sobrevivencia en primer lugar:

Cabe destacar que Quijano distingue en la economía popular una variable combinación de relaciones de capital y de reciprocidad-comunidad y, según ello, un polo marginal compuesto por microempresas o unidades conducidas por trabajadores que tratan de convertirse en capitalistas; una franja de organizaciones económicas populares, que comparten como rasgo sustantivo ser de tipo comunitario, las cuales aplican reciprocidad y mercado para obtener beneficios y acumular; y exclusivamente reciprocidad y comunidad para atender la sobrevivencia inmediata (Angulo, 2019, p.115).

“A la luz de lo expuesto, los modelos de asociatividad bien planteados y administrados posibilitan el desarrollo sostenido de las empresas peruanas y particularmente de las mypes” (Mathews, 2014, p. 14). Conviene precisar el concepto de las mypes en el contexto peruano. De acuerdo con la Ley N° 28015 (2003), Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, esta es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica. Sin embargo, la persona jurídica aplica solo para asociaciones. “Como persona jurídica no actúas tú a título personal, sino como una entidad (empresa) que como tal tiene derechos y obligaciones, puede suscribir contratos y ser representada judicial y extrajudicialmente. Una persona jurídica actúa a través de sus representantes legales.” (Gobierno del Perú, 2019, p. 1). A la vez, la persona jurídica contempla seis categorías (Tabla 5) para las empresas constituidas en sociedades, donde se consideran a las asociaciones, acorde a la Ley N° 26887 (1997) Ley General de Sociedades (INEI, 2018).

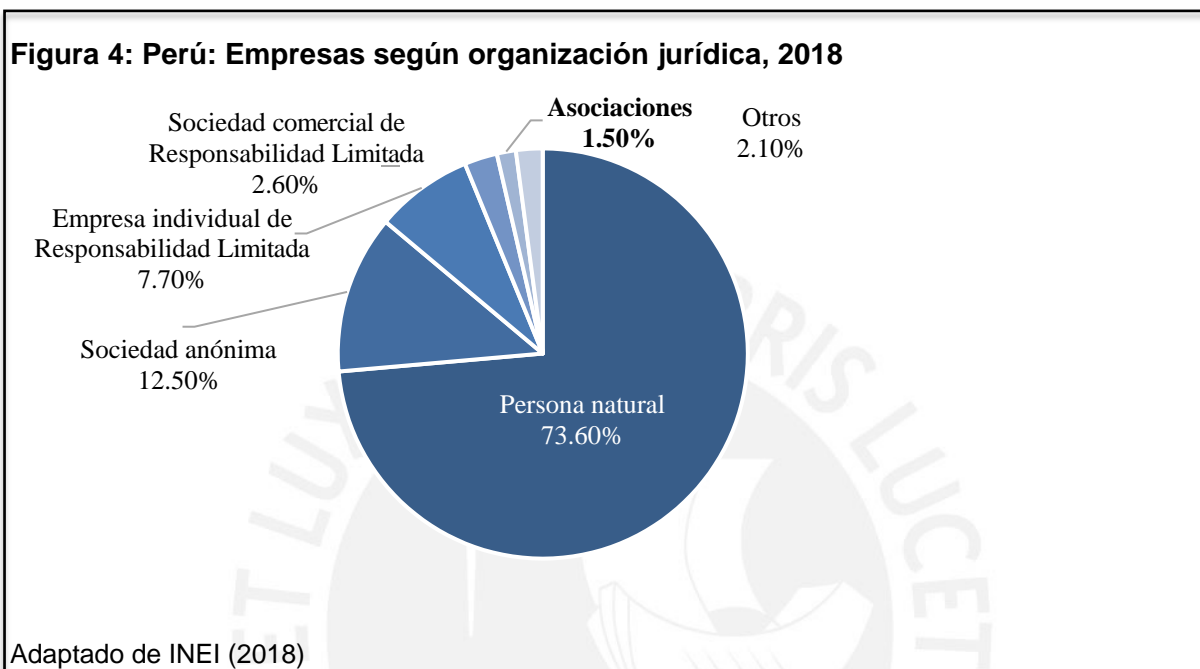
Tabla 5: Formas de organización jurídica en empresas según Ley General de Sociedades

| Categorías | Formas de organización jurídica | Subcategorías |
|------------|--|---------------------------------|
| 1 | Sociedad anónima | Cerrada |
| | | Abierta |
| 2 | Sociedad civil | |
| 3 | Sociedad comercial de responsabilidad limitada | |
| 4 | Empresa individual de responsabilidad limitada | |
| 5 | Asociaciones | |
| 6 | Otros | Cooperativas |
| | | Sociedad comandita simple |
| | | Sociedad comandita por acciones |
| | | Sociedad colectiva |

Adaptado de INEI (2018)

Según el Estudio de Estructura Empresarial (INEI, 2018), para el año 2018 las microempresas representaban el 94.9% de las empresas del país, creciendo en 4.0% respecto al año anterior. Es así como Piura cuenta con 4.4% de unidades empresariales,

encontrándose entre las primeras en orden de importancia nacional. En el Perú en 2018, según la forma de organización jurídica, las empresas registradas como personas naturales representaron el 73.6%, las sociedades anónimas con 12.5%, la empresa individual con responsabilidad limitada con 7.7%, con 2.6% las sociedades comerciales de responsabilidad limitada, 2.1% otras formas de organización y tan solo 1.5% como asociaciones (Figura 4).



En el último informe del Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa (RENAMYPE) del Ministerio de Producción del Perú (2011) solo había 52 asociaciones de MYPE registradas, en donde solo 5 pertenecían a la región Piura (ver Anexo B). “Aunque la región de Piura, donde se encuentran los emprendimientos por investigar, registra indicadores de acceso a mercados y asociatividad por encima del promedio nacional, aún existe espacio para mejoras” (Salas, 2016, p. 3). Las mejoras deben encaminarse junto a las pequeñas empresas por el aporte que representan. “En el sector privado, es vital la asociatividad de la micro y pequeña empresa; debido al número que representan, al valor agregado que pueden brindar y al bienestar económico que pueden otorgar a la región Piura, si son encaminadas estratégicamente” (Quispe et al., 2015, p. 133).

La asociatividad a nivel nacional como regional, en el caso de Piura, va a contribuir no solo a la supervivencia de las empresas, sino al crecimiento, ahí se muestra la importancia de incentivar a la comunidad buscando el desarrollo económico. Quispe et al. (2015) indican que el Gobierno Regional debe buscar la productividad, impulsando la asociatividad entre empresas afines, así como las que ofrezcan servicios complementarios.

1.2. La asociatividad de emprendimientos femeninos en Perú

Las mujeres recurren a la asociatividad en busca de una solución para mantener sus emprendimientos frente a los problemas de desigualdad en Perú. “La mujer llega a la asociación en una situación de desventaja debido a que cuenta con menos activos y menos tiempo para invertir en la creación de vínculos” (Salas, 2016, p. 8). Existen muchas barreras para las mujeres peruanas con respecto al acceso del mundo empresarial y su desarrollo en él, aunque encuentran en la asociatividad una manera para poder reducir las y lograr el éxito en sus negocios. Las mujeres resaltan la importancia de generar redes y asociaciones comerciales entre ellas.

Alburqueque y Valdiviezo (2008) en su estudio muestran la importancia de la asociatividad empresarial y el papel de las mujeres en el desarrollo de las comunidades. Entre los beneficios que se obtuvieron en la región de Piura mediante las asociaciones se encuentra la disminución del desempleo para ellas, como también la obtención de ingresos que contribuyen al presupuesto familiar.

Las mujeres tanto de la zona urbana como rural de la región Piura, se han organizado no solo empresarialmente sino también para elaborar propuestas desde el nivel local, con el fin de que sus derechos humanos sean incorporados en los planes de desarrollo locales y regionales y en esta acción desempeñan un rol muy importante las ONGs que intervienen en la zona (Alburqueque & Valdiviezo, 2008, p. 90).

La asociatividad contribuye en estimular las capacidades de las mujeres emprendedoras frente a las brechas y las dificultades del mundo empresarial. Es por ello que, promoviendo la acción colectiva, se generan muchos beneficios que se ven reflejados en su crecimiento como empresa, pero también en el de la comunidad.

El marco legal peruano obliga a los Gobiernos, Municipios, instituciones públicas, proyectos especiales a incorporar las agendas de “género” en sus políticas y programas; sin embargo en una muestra de regiones se estimó que solamente el 0,7% del número total de proyectos se orientan a la mujer (Alburqueque & Valdiviezo, 2008, p. 5).

Según el Informe de la Mujer en el mercado laboral peruano (2020), las mujeres económicamente activas se dedicaron, en su mayoría (37,3%), a la actividad independiente, principalmente como trabajadoras no calificadas. La actividad emprendedora está catalogada como forma de trabajo independiente en donde a todos los que trabajan por cuenta propia y deciden iniciar su proyecto se les define como población independiente o con negocio propio (García et al., 2008). Se aprecia en la Tabla 6, el 79.6% de la población con trabajo independiente lo considera como actividad principal y solo el 20.4% como secundaria; también que ambos sexos muestran resultados similares en la zona urbana, pero en la rural predomina la mujer.

Tabla 6: Población con trabajo independiente por tipo de actividad, según área de residencia y sexo

| Área de residencia y sexo | Total absoluto | Total relativo | Actividad principal | Actividad secundaria |
|---------------------------|------------------|----------------|---------------------|----------------------|
| Total | 6 193 625 | 100,0 | 79,6 | 20,4 |
| Urbano | 4 956 934 | 100,0 | 81,9 | 18,1 |
| Hombre | 2 397 874 | 100,0 | 82,2 | 17,8 |
| Mujer | 2 559 059 | 100,0 | 81,7 | 18,3 |
| Rural | 1 236 691 | 100,0 | 70,3 | 29,7 |
| Hombre | 519 717 | 100,0 | 57,5 | 42,5 |
| Mujer | 716 974 | 100,0 | 79,6 | 20,4 |

Fuente: García et al. (2008)

Por el lado de las actividades económicas con mayores ventas entre los emprendimientos femeninos peruanos, se tiene a la actividad comercial, producción / extracción y servicios; pero frente a los hombres, ellos obtienen amplia ventaja en ventas, lo que se traduce en menos rentabilidad para las mujeres (Tabla 7). Las mujeres de la zona rural de Piura se dedican en mayor medida a las tareas de producción.

Tabla 7: Ventas promedio mensuales por tipo de actividad, según actividad económica, (2008) Nuevos soles

| Formalidad por rubros | NO | | SI | | TOTAL | |
|-----------------------|----------|-----|----------|-----|----------|------|
| | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % |
| Agroindustria | 12 | 29% | 29 | 71% | 41 | 100% |
| Artesanía | 61 | 51% | 59 | 49% | 120 | 100% |
| Crianza de animales | 23 | 68% | 11 | 32% | 34 | 100% |
| Total | 96 | | 99 | | 195 | |
| Total (%) | 49% | | 51% | | 100% | |

Fuente: García et al. (2008)

Es importante presentar a los tres rubros de los emprendimientos femeninos que serán mencionados en el presente estudio: artesanía, agroindustria y crianza de animales. Empezando por el primer rubro.

Según Enrique Roncancio (1999), la artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se han transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas (Rivas, 2018, p. 81).

Esta definición hace énfasis en la creatividad y dedicación del artesano para obtener un producto cargado de tradición gracias a su mano de obra.

Según Romero y Guevara (2014):

En Piura, las líneas artesanales identificadas en toda la región son: tejidos planos, tejidos en fibra vegetal, tejidos en punto (lana), tapices y alfombra, productos textiles (prendas de vestir, juguetes de tela), artículos de cuero, calzado, torneado de madera, muebles tejidos de paja, cerámica, artículos en yeso, joyería y otros (p.53).

Específicamente en las asociaciones artesanales participantes de la investigación hay tres categorías productivas que son artesanía marina, en paja toquilla y en cerámica. Romero y Guevara (2014) también indica que en la región existen alrededor de 3000 artesanos registrados que tienen un mercado vinculado al turismo instalados en las zonas rurales y urbanas. Los cuales están divididos en 75% en mujeres y 25% en hombres en las diferentes provincias. Los artesanos registrados se encuentran ubicados en las siguientes provincias, como se aprecia en la Tabla 8.

Tabla 8: Artesanos registrados según provincia de Piura, 2014.

| Provincia | Mujeres | | Hombres | | Total |
|-------------|---------|------|---------|-----|-------|
| | Total | % | Sí | % | |
| Piura | 714 | 70% | 304 | 30% | 1018 |
| Paita | 26 | 27% | 71 | 73% | 97 |
| Sechura | 89 | 92% | 8 | 8% | 97 |
| Sullana | 95 | 77% | 28 | 23% | 123 |
| Talara | 196 | 74% | 70 | 26% | 266 |
| Ayabaca | 813 | 94% | 54 | 6% | 867 |
| Huancabamba | 100 | 100% | 0 | 0% | 100 |
| Morropón | 220 | 65% | 120 | 35% | 340 |
| | 2253 | | 655 | | 2908 |

Adaptado de: Registro Regional de Artesanía (2012) citado en Romero y Guevara (2014)

El segundo rubro del presente estudio es agroindustria, la cual según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2013), el Sector Agroindustrial forma parte del sector manufacturero que procesa materias primas y productos intermedios agrícolas, forestales y pesqueros. De modo que, la agroindustria comprende a los fabricantes de alimentos, bebidas y tabaco, textiles y prendas de vestir, muebles y productos de madera, papel, productos de papel e impresión, entre otros. Para el caso de estudio, las asociaciones entrevistadas se desarrollan en la producción de mermeladas, chifles y derivados del cacao. Este último es el que tiene mayor participación de los tres mencionados.

Finalmente, el rubro de crianza de animales o pecuaria, el cual se encuentra incluido en el sector agropecuario. El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego informa que en el Perú el sector pecuario tiene el apoyo de instituciones como la Escuela Nacional de Agricultura y Veterinaria y el Ministerio de Agricultura, además menciona que actualmente hay un panorama diverso y amplio debido a la evolución que ha tenido a lo largo de la historia del país. En el 2022 el sector agropecuario creció un 3.5% en Perú y la producción pecuaria tuvo

un incremento de un 2.3% (El Peruano, 2022). Cabe mencionar que “Como ha indicado el MINAGRI (2017), la agricultura (la parte agrícola y la pecuaria, juntas o por separado) que se practica por parte de pequeños y medianos productores, sobre todo por los primeros, corresponde a una actividad de subsistencia, la que se concatena con los magros ingresos económicos que se logran con esta actividad” (Pérez, 2022).

Ahora bien, según INEI (2012) la cantidad de asociaciones en Perú respecto a actividades agropecuarias, clasificación por departamento y brecha de género (ver Anexo C). El 23.3% de hombres pertenece a alguna asociación/comité o cooperativa del sector agropecuario y el 22% las mujeres. Respecto a la región Piura, el 38.7% corresponde a mujeres, siendo un número promedio considerando los demás departamentos. Además, hubo una disminución de brecha de género.

Entre los actores principales que participan en la asociatividad y su funcionamiento se encuentra al Ministerio de Producción, ya que, son los encargados del Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa (RENAMYPE), en donde identifican y hacen el seguimiento de las asociaciones MYPE. También, se identifica al Gobierno Regional de Piura y las municipalidades, quienes incentivan la creación de las asociaciones, puesto que son un gran aliado de CARE para el modelo que siguen en el proyecto. A la vez, el rol del Gobierno Central en la formulación de políticas que promuevan la igualdad de género, la generación de asociaciones y apoyar el crecimiento de las empresas involucradas en la cooperación. Se ha escogido al Gobierno Regional y Central como actores para recoger información en la investigación por su importancia como promotores y facilitadores.

2. La situación de la formalización empresarial peruana

En el siguiente subcapítulo se aborda la situación actual de la formalización empresarial en Perú. Esto será posible al mostrar cifras de formalización de las mypes y describir el proceso de formalización conformado de cinco pasos. A su vez, la formalización en asociaciones de emprendimientos peruanos para comprender su realidad, las limitaciones en la legislación peruana para incentivar y motivar a los empresarios a formalizarse y finalmente, programas de capacitación empresarial creados con la misma finalidad.

2.1. La situación y el proceso de la formalización en el Perú

Esta investigación para contextualizar la formalización peruana se describe a partir de los datos de la informalidad. “Se ha escrito muy poco sobre formalización en países en desarrollo y con alta informalidad como el Perú. La literatura y la discusión académica se han concentrado sobre todo en el análisis de la informalidad” (J Chacaltana, 2016, p. 5). Según Kuramoto (2011), debido los altos niveles de informalidad y la escasez de datos adecuados

en las empresas más pequeñas, en el país tiene se debe estimar el número de Mipyme de manera indirecta a través de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO). En el Perú, la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) es la investigación que desde 1995 permite al Instituto Nacional de Estadística e Informática, efectuar el seguimiento de los indicadores sobre las condiciones de vida (INEI, 2019, p. 144).

En este punto es necesario definir MYPE o microempresas en Perú, de acuerdo con la Ley N° 28015 (2003), Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, las microempresas cuentan con un máximo de 10 trabajadores y sus ventas anuales no deben pasar de las 150 UIT (Unidad Impositiva Tributaria). Si bien una microempresa se define como una empresa con hasta 10 trabajadores, el 98% de ellas tiene como máximo cinco trabajadores (Barron, 2020). En el ámbito peruano la clasificación de las empresas se hace sobre la base sola del número de trabajadores, puesto que la ENAHO no cuenta con información sobre ventas (Kuramoto, 2011).

Perú es un país de ingresos medios con un gran sector informal. Construir una estimación confiable del tamaño de la economía informal es difícil, pero con base en datos de encuestas de hogares, el Ministerio de Producción del país estima que el 50% de las microempresas en Perú son informales y emplean alrededor del 70% de la población activa (Barron, 2020). Respecto a las unidades productivas no agropecuarias de los hogares (Tabla 9), se verifica una disminución del sector informal desde el 2007 al 2019, de 86.7% a 83.6%, pero en comparación con el sector formal, solo el 16.4% a nivel nacional están formalizados, lo que remarca que en Perú predomina la actividad fuera de la ley. “En ese sentido, probablemente el hecho más novedoso del mercado laboral peruano en años recientes sea el inicio de una tendencia hacia la formalización, lo cual constituye un cambio en una tendencia de largo plazo” (J Chacaltana, 2016, p. 10).

Tabla 9: Perú: Unidades productivas no agropecuarias de los hogares, según sector “formal” e informal, 2007-2019 (Miles de unidades productivas)

| Año | Total | Sector "Formal" | | Sector "Informal" | |
|------|-------|-----------------|------|-------------------|------|
| | | Sub-Total | % | Sub-Total | % |
| 2007 | 4827 | 644 | 13,3 | 4183 | 86,7 |
| 2008 | 5012 | 689 | 13,7 | 4323 | 86,3 |
| 2009 | 5227 | 802 | 15,3 | 4425 | 84,7 |
| 2010 | 5569 | 803 | 14,4 | 4766 | 85,6 |
| 2011 | 5480 | 869 | 15,9 | 4611 | 84,1 |
| 2012 | 5473 | 863 | 15,8 | 4610 | 84,2 |
| 2013 | 5309 | 897 | 16,9 | 4412 | 83,1 |
| 2014 | 5355 | 973 | 17,5 | 4418 | 82,5 |
| 2015 | 5183 | 903 | 17,4 | 4280 | 82,6 |
| 2016 | 5528 | 1139 | 20,6 | 4389 | 79,4 |
| 2017 | 5779 | 1097 | 19,0 | 4682 | 81,0 |
| 2018 | 5950 | 1022 | 17,2 | 4928 | 82,8 |
| 2019 | 6130 | 1004 | 16,4 | 5126 | 83,6 |

Fuente: INEI-Producción y empleo informal en el Perú (2019)

El proceso de formalización implica 5 pasos según la guía de la formalización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018) como se puede ver en la Tabla 10.

Tabla 10: Pasos según tipo de formalización

| Tipo de formalización | Pasos | |
|-----------------------|---------|---------------------------------------|
| Comercial | Paso 1: | Constitución y registro de la empresa |
| Tributaria | Paso 2: | Registro tributario |
| Comercial | Paso 3: | Autorización municipal |
| Comercial | Paso 4: | Autorización sectorial |
| Laboral | Paso 5: | Registro laboral |

Adaptado de: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018)

El paso 1 es la constitución y registro de la empresa, según sea persona natural o jurídica. Para ello, se debe realizar la búsqueda y reserva de nombre de la empresa en Sunarp, elaborar la minuta de constitución de empresa y presentarla ante la notaría para llevar la escritura pública; y, finalmente, inscribir la escritura pública en Sunarp para registrar a la empresa. En el caso de las personas jurídicas deben elegir entre cuatro diferentes formas empresariales: S.A., S.A.C., S.C.R.L. y E.I.R.L. (ver Anexo D).

El paso 2 es el registro tributario que implica inscribir el negocio en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la SUNAT el cual permite la identificación tributaria. Una vez registrado el negocio, se emitirá un número de RUC, el cual consta de 11 dígitos y es único para cada contribuyente. Seguidamente, se debe elegir el régimen tributario al cual se acogerá para el pago de los impuestos con base en los ingresos y la actividad del negocio. Existen cuatro regímenes tributarios peruanos: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG) (ver Anexo E).

El siguiente paso por seguir es la obtención de la autorización municipal, a través de la licencia de funcionamiento que otorga la municipalidad, para que operes tu negocio y debes obtenerla antes de realizar las actividades. Continuando el proceso, se requiere la autorización sectorial, puesto que algunas actividades de comercio, industria o servicios requieren de una autorización sectorial; para obtenerla es necesario realizar el procedimiento previsto en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) de la entidad competente. Finalmente, es el registro laboral, que implica registrar a los trabajadores en la planilla electrónica, comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, en el T- Registro y en EsSalud o SIS, dependiendo del régimen laboral (ver Anexo F).

En el Perú existe un gran sector informal, según Barron (2020) un 70% de microempresas se encuentran en la informalidad. Considerando que la mayoría de las

empresas peruanas son pymes, es un gran porcentaje el que aún no logra formalizarse. En el país existen tres tipos de formalización: Comercial, tributaria y laboral. Y según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018) son 5 pasos para complementar el proceso de formalización: Constitución y registro de la empresa, registro tributario, autorización municipal, autorización sectorial y registro laboral.

2.2. La formalización en asociaciones de emprendimientos peruanos

En el Perú existen empresas de diverso tamaño y nivel de maduración.

Actualmente, en nuestro país existe una diversidad de empresas en vías de desarrollo, las cuales se encuentra al margen de la formalidad legal y tributaria; por tal motivo, se trata de fomentar el apoyo a dichas empresas para lograr el desarrollo sostenido de ellas y el ingreso definitivo a la formalidad; estas empresas a las cuales nos referimos son las MYPES (Micro y Pequeñas Empresas) (Sánchez, 2014, p. 129).

No es suficiente con promover la asociatividad, es necesario también proporcionar condiciones apropiadas para motivar un mejor clima de negocios y la innovación. (Kuramoto, 2011). (...) el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas (...) (Sánchez, 2014, p. 1).

Las MYPES se encuentran limitadas en su desarrollo y formalización por la legislación tributaria actual, que no les brinda otra alternativa que el acogimiento a los regímenes existentes [...]; por tal motivo, no pueden comercializar con empresas medianas y grandes que tributan de acuerdo con el Régimen General (Sánchez, 2014, pp. 129-130).

Según Alva (2012) en el Perú existen beneficios tributarios concedidos por el Estado, según el nivel de ingresos, a los micro y pequeños empresarios para promover la formalización y promoción de sus negocios. Asimismo, según el Decreto Supremo N°007 - 2008-TR existe la Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente; en donde se busca la inclusión social y económica de las mypes mediante beneficios de acceso a nuevos mercados, exportación y cursos de apoyo. Esta ley tiene como política buscar la organización y asociación empresarial para la sostenibilidad de las mypes y apoyar los emprendimientos.

Los hallazgos de un estudio realizado en Lima Cercado indican que los beneficios tributarios no cumplen las expectativas deseadas por factores adversos, entre los que se encuentran la desconfianza de los contribuyentes, el costo de formalizarse y los trámites excesivos (Alva, 2012). Esto implica una tarea pendiente del Estado. Según Alva (2012) el Estado debe tener en cuenta que las medidas para de promover la formalización de las MYPE

deben considerar beneficios que ayuden a agilizar los trámites, hacer declaraciones, etc. antes que buscar rebajar tasas de impuestos, lo cual no asegura reducción en el costo de la formalización.

Por todo lo anterior, el Estado debe revisar la política que emplea para lograr que las MYPE se formalicen, y lo debe hacer estudiando muy bien cada parte de esa política, para que así se desarrolle un mecanismo que realmente funcione y, finalmente, motive a los micro y pequeños empresarios a formalizarse (Alva, 2012).

Para paliar este problema, las agencias gubernamentales de todo el mundo implementan programas de capacitación empresarial dirigidos a estos pequeños empresarios, con el objetivo de mejorar su desempeño e incentivar a estas empresas a unirse al sector formal (Barrón, 2020). En Perú, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo implementa una serie de programas que tienen como objetivo impulsar la productividad de las microempresas y atraerlas al sector formal. Sus dos programas insignia son “Jóvenes Productivos” e “Impulsa Perú” (Boost Perú). Jóvenes Productivos se enfoca en jóvenes de 18 a 29 años que viven en la pobreza, mientras que Impulsa Perú se enfoca en cualquier individuo autónomo o subempleado que no sea el objetivo de Jóvenes Productivos. Una característica particular de este programa es su objetivo de promover la formalización, principalmente desmitificando la visión de la Autoridad Tributaria. Un segundo mensaje que se transmite en estos talleres se refiere a los beneficios potenciales de la formalización. Las estimaciones con varias técnicas de emparejamiento indican que los programas de capacitación empresarial en Perú aumentaron la formalización de los pequeños empresarios, medida principalmente por la proporción de empresas que tienen un número de identificación fiscal válido (Barrón, 2020).

A continuación, se presenta al sujeto de estudio CARE Perú para comprender el objetivo del proyecto “Mujeres en la empresa”.

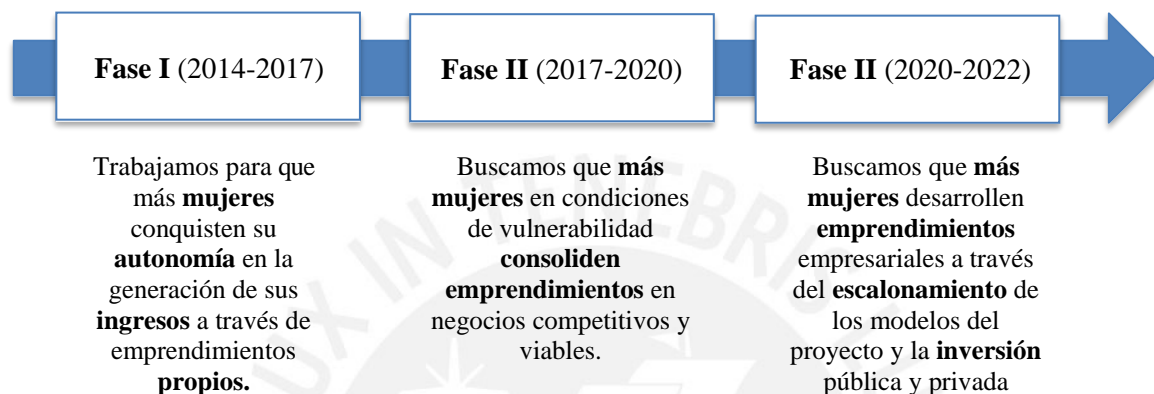
3. Situación de la ONG CARE Perú y el proyecto “Mujeres en la empresa”

CARE Perú es una ONG que cuenta con 50 años en territorio peruano buscando reducir las brechas que hay en el país. Una de las brechas más importantes sobre la que se viene trabajando es la desigualdad de género, por lo que apuestan por proyectos que ayuden a las mujeres a incrementar sus ingresos y fomentar su participación en la sociedad. En el 2014, CARE Holanda lideró una iniciativa en alianza con la fundación H & M con el objetivo de lograr el empoderamiento y la empresarialidad de las mujeres. Es así como CARE Perú se unió a este proyecto: “Mujeres en la empresa”, bajo un enfoque que busca el empoderamiento de mujeres y niñas en situación de vulnerabilidad, trabajando con instituciones públicas y privadas, con participación de las beneficiarias, de cuidado del medio

ambiente, rendición de cuentas e intervenciones sostenibles. De esta forma, esta iniciativa busca el desarrollo integral de las mujeres, en conjunto con el de sus familias y comunidad.

Como se puede ver en la Figura 5, el proyecto ha sido planeado para realizarse en tres fases. Cada fase empieza con los desafíos de la fase anterior, siendo la lógica construir sobre lo trabajado. En los párrafos siguientes se expondrán los objetivos propuestos para cada una de las fases del proyecto, así como los resultados obtenidos al cierre de la fase 2.

Figura 5: Línea de tiempo del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú.



Fuente: CARE Perú

El proyecto se desarrolla en las regiones de Piura, Junín y Huancavelica, con la participación de Cusco solo en la fase inicial. La primera fase (2014-2016) tenía como objetivo buscar la autonomía de las mujeres en la generación de sus ingresos a través de la creación de emprendimientos propios. Para ello, se consolidó una plataforma de beneficiarias con la identificación de las mujeres que buscaban emprender. Luego se agruparon en línea de negocios, de acuerdo con habilidades y condiciones propias y sus contextos, con acompañamiento y soporte técnico del equipo del proyecto. De esta forma, CARE brindó capacitaciones, capital semilla, entre otros.

En la fase 1 del proyecto, se planificó impactar en 3,000 mujeres de las zonas rurales y periurbanas de Piura, Junín y Cusco, las cuales deberán ser capaces de liderar proyectos de emprendimientos y empresas locales viables en el sector agronegocios inclusivos, ganando control sobre sus recursos y decisiones. Los resultados de efecto buscaban la mejora de la calidad y competitividad de la oferta de bienes y servicios liderados por mujeres en el ámbito priorizado, y el incremento del presupuesto público orientado a proyectos y actividades de apoyo al emprendimiento económico de la mujer. Para la fase 1, se realizó la primera línea de base, con motivo de conocer los indicadores sobre las características de las mujeres antes de la intervención, y que estos puedan ser comparados con los resultados al finalizar esta etapa.

La segunda fase (2017-2020) tiene como objetivo la consolidación de los emprendimientos en negocios competitivos y viables. Se trabajó, no solo con las mujeres, sino también con los entornos desfavorables en los que se encontraban. CARE Perú busca el desarrollo de capacidades técnicas, habilidades blandas, liderazgo, empoderamiento, asistencia técnica y acceso a la financiación, reforzando los conocimientos previos. Así como también la sistematización de los modelos de implementación del proyecto para ser replicados y sigan beneficiando a más mujeres. Cabe mencionar que el presente estudio se centra en la segunda fase del proyecto, ya que en esa fase se desarrolla el modelo de formalización.

La tercera fase (2020-2022) tiene como objetivo llegar a más mujeres mediante alianzas con el sector público y privado, los cuales se comprometen a invertir en el desarrollo de las mujeres y el cierre de las brechas de género. Se busca que los modelos del proyecto puedan ser llevados a escala, mediante la validación de estos, y que producto de la evidencia encontrada se puedan desarrollar proyectos, programas y otras alternativas que busquen contribuir al desarrollo de la mujer y el cierre de brechas.

El proyecto “Mujeres en la empresa” desarrolla seis modelos de implementación del proyecto: Empoderamiento, Asociatividad, Formalización, Marcas Colectivas, Educación Financiera y Comercio electrónico. Para el presente estudio se ha decidido trabajar con dos de los modelos: Asociatividad y formalización.

El modelo de asociatividad organiza a las mujeres con la misma línea de negocios, orientada a las mujeres con emprendimientos ya asociadas de manera formal, informal o que busquen asociarse. Este tiene como objetivo la eficacia y efectividad mediante los beneficios de la asociatividad empresarial, además funciona dependiendo de la confianza, liderazgo, visión positiva del futuro y cooperación.

El modelo de formalización está enfocado en emprendimientos de mujeres con niveles más avanzados, con productos posicionados. CARE Perú conoce la realidad del país en el sector informal que tiene un porcentaje significativo, por ello tiene como objetivo conseguir la formalización de emprendimientos u organizaciones para que operen de acuerdo con la ley y obtengan los beneficios que trae consigo ser una empresa formal. Para lograr este modelo se utilizaron diferentes estrategias: la promoción y sensibilización de los beneficios de la formalización de las mypes, también se creó un piloto que evidencia los beneficios con la participación de las municipalidades para convenios. Sin embargo, aún existe resistencia por parte de las mujeres para formalizarse por miedo a perder algunos beneficios.

La investigación se enfoca en la región de Piura, debido a que es una de las regiones con mayor participación en el modelo de formalización del proyecto. En Piura trabajan con

115 asociaciones de mujeres emprendedoras, aunque no todas empezaron en las mismas condiciones ni están en la misma fase. El estudio abarca a 15 asociaciones que forman parte del proceso del modelo de formalización planteado por CARE Perú, en donde hay 401 mujeres emprendedoras. Se excluyeron a las restantes, ya que se encuentran enfocadas en otros modelos mencionados anteriormente, mas no pasaron por el modelo de formalización.

A continuación, se hace una introducción de las 15 líderes entrevistadas, siete pertenecen al rubro de artesanía, cuatro a agroindustria y cuatro a crianza de animales:

Tabla 11: Perfil de las asociaciones entrevistadas del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú

| Nombre | Perfil de la asociación |
|--|---|
| Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Perpetuo Socorro | La asociación se creó en el año 1995, es la primera asociación pionera en agrupar mujeres (20). En sus inicios era un comité de artesanas de Nariwalac, posteriormente gracias a algunas instituciones se apoyó en la organización y gestión de las asociaciones, mediante capacitaciones. |
| Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de La Puerta | Se encuentran registrado en el Registro Nacional de artesanos. Se organizan reuniéndose con 50 % de las socias un día y otro día el otro 50%, la comunicación se da mediante el celular. No cuentan con un taller pero participan en ferias por invitación de la municipalidad. |
| Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas | Cuando recién empezaron con la formalización iniciaron con 15 socias, llegaron a 20 y ahora 17. La líder se inició en el arte de la cerámica en el año 1990 producto de una tradición familiar. En el año 2000 conoce a la institución Centro Ideas, ellos querían formar una asociación y debido a la experiencia de la líder la convocaron junto a un grupo para formar una asociación, la nombraron presidenta de la organización y buscó formalizarla para tener más oportunidades. |
| Asociación de Mujeres Artesanas y Productivas Multiservicios Sechura | Por intermedio de la ONG Care Perú han tenido varias capacitaciones y emprendimientos. Gracias a sus conocimientos adquiridos tienen muchos logros, diversas ONGs las invitan y convocan en proyectos, lo que provoca que tengan más ganas de salir adelante. |
| Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac | La asociación empezó en 1990, pero en el 2000 se legalizó mediante la ayuda de una ONG "Manitas Unidas" para que este formalizada. Luego empezaron a darse a conocer ante las instituciones como municipalidades de Piura, Catacaos, Gobierno Regional, ONG, para que tengan capacitaciones o participar en proyectos como ProCompite; más que todo aprovechar los talleres y replicárselos a las madres. |
| Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo | Se encuentran ubicadas en la localidad de La Encantada en la localidad en el distrito de Chulucanas dedicándose a la artesanía en cerámica. Cuentan con una galería de un fondo semilla que les dio CARE Perú, todo registrado a nombre de la asociación. |
| Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Pilar | Se encuentran ubicadas a 15 minutos de Catacaos, es un centro poblado. Iniciaron con 60 y ahora son 80 socias y trabajan con CARE desde el 2017. Tienen como principal producto: sombrero de paja toquilla que fue declarado patrimonio cultural de la nación en el 2013 |

Tabla 11: Perfil de las asociaciones entrevistadas del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú (Continuación)

| | |
|---|--|
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME | Se encuentran ubicados en la localidad de Buenos Aires en la provincia de Morropón, trabajan con productos derivados del cacao. Pertenecen también a la cooperativa ASPROBO de pequeños productores y cuentan diversas alianzas con instituciones que les ha permitido crecer su negocio. |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Salitral | Surgió en una asociación de Bananeros en donde iniciaron 30 mujeres (socias, hijas de socias y esposas de socios) para capacitarse en artesanía, costura y agroindustria. Se hizo un proyecto en donde ganaron un premio y usaron parte del dinero para registrarse y comprar materiales. La asociación se inició en el 2010; sin embargo, dejaron de trabajar juntas por varios años hasta el 2018, eran muchas y no lograban comunicarse. Care las contactó y las capacitó, pero de las 30 quedaron 15, tres fallecieron y una se retiró por salud. Todas viven cerca en Salitral. |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco | Se encuentran ubicados en la localidad de Palo Blanco en la provincia de Morropón, trabajan con productos derivados del cacao. |
| Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes | Se encuentran ubicados en la localidad de Viña Grande en la provincia de Morropón, trabajan con chifles y harina de plátano. Cuentan con un local en la comunidad en la que venden sus productos y también por redes sociales. Empezaron la asociación con la crianza de aves pero no les resultó por lo que pasaron a hacer chifles. |
| Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro | Empezaron 16 mujeres en la asociación pero ahora son ocho. Se encuentran ubicadas en el campo, en la zona baja de San Juan de Bigote en la provincia de Morropón en donde se dedican a la crianza de porcinos. Cuentan con un local propio que le vendió la comunidad campesina a un bajo precio como apoyo, por lo que tienen una identidad comunitaria muy marcada. |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Santa Rosa de Serran | Se encuentran ubicados en la localidad de Sta. Rosa de Serran en la provincia de Morropón trabajan en la crianza de aves de corral. La asociación está en un pare por la pandemia, no se reúnen, solo se reúnen por temas del banco comunitario por los préstamos. |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serrán | Se encuentran ubicados en la localidad de Serran en la provincia de Morropón trabajan en la crianza de aves de corral. La asociación está en un pare por la pandemia, no se reúnen, solo se reúnen por temas del banco comunitario por los préstamos. |
| Asociación de Mujeres líderes Emprendedoras del Caserío Río Viejo Norte | La ONG CARE Perú nos dio patos, no funcionó porque los animales no crecían ya que no había cuidado adecuado con los alimentos por lo que se enfocaron en el trabajo con otras aves. Algunas mujeres se fueron retirando por eso, y otras que no asistían a las reuniones, faltaban mucho. |

Como se mencionó en el punto anterior, el sujeto de estudio son las mujeres emprendedoras que forman parte de las asociaciones en Piura, así como sus líderes, que lograron la formalización bajo el modelo de CARE Perú, por lo que las representantes del proyecto también son actores relevantes. Asimismo, tenemos a PRODUCE que, por un lado, tiene un registro de las asociaciones de MYPES (RENAMYPE), así como también realiza estudios sobre la informalidad empresarial en el país. Además, se tiene a la SUNAT que es la entidad encargada de realizar la formalización tributaria de las asociaciones. Por último,

los representantes del Gobierno regional de Piura, quienes brindan apoyo en las capacitaciones a las mujeres emprendedoras en temas de formalización y ayudan en la sensibilización del tema.



CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA

En el siguiente capítulo, se presenta la metodología de la investigación definiendo la secuencia metodológica, alcance, enfoque, diseño, técnicas de recolección de información, selección muestral y finalmente, las técnicas utilizadas para analizar la información que permitieron mostrar los resultados.

1. Secuencia metodológica

El orden definido para la metodología de la presente investigación comprende cuatro fases. La primera fase inicia desde la recopilación de fuentes secundarias sobre emprendimientos femeninos, que es el tema de interés de las investigadoras, lo cual permitió presentar el problema empírico para detectar el problema de investigación, y ante ello, formular los objetivos y preguntas que nos conducen a una posible solución de los problemas. Seguidamente de la búsqueda del caso de estudio a través de bibliografía secundaria sobre organizaciones que trabajan por el bienestar de las mujeres en el país, y la ONG CARE Perú fue elegida por su trayectoria dentro del ámbito peruano sustentado en los años de experiencia, así como por su énfasis en el empoderamiento de la mujer mientras que las otras organizaciones estaban más enfocadas en la no violencia contra la mujer. Por último, se analizó la viabilidad de la recolección de la información considerando que el sujeto de estudio estaba ubicado en Piura y en el contexto de pandemia el contacto físico estaba restringido; es así como la recolección sí fue viable por medios electrónicos porque las emprendedoras se adaptaron a la nueva normalidad.

Figura 6: Secuencia metodológica



Esta investigación en su segunda fase tuvo un acercamiento al caso de estudio por medio de entrevistas y revisión de la documentación otorgada de forma confidencial por

CARE Perú y luego, un acercamiento a los actores del proyecto también por entrevistas a profundidad no estructurada para definir un plan de trabajo. Con esta información se comprendieron los 6 módulos de trabajo del proyecto estudiado y se estableció trabajar con dos de ellos porque están enfocados en emprendimientos de mujeres con niveles más avanzados y productos posicionados en el mercado piurano; estos dos módulos elegidos pasaron a ser las variables de la investigación: asociatividad, emprendimiento femenino y formalización empresarial y su relación con el valor. Finalmente en esta segunda fase, se elabora el marco teórico, contextual y guía de las entrevistas para iniciar la recolección de los datos.

En la tercera fase se aplican las técnicas de recolección de información y tratamiento de los datos. Se inicia con las entrevistas a profundidad semiestructuradas a las líderes y representantes del proyecto, y conforme se va recopilando la información se transcriben los audios para codificar los datos cualitativos. Terminado el proceso de transcripción, se comienza con la elaboración de la guía de cuestionario, su respectiva validación con un lenguaje accesible para las mujeres emprendedoras y se envía por medios electrónicos con el respectivo seguimiento hasta culminar la cantidad seleccionada; de igual manera, se procesan los datos para relacionar las variables definidas.

En la última fase se identificó el valor de la formalización para vincularlo con las asociaciones de emprendimientos femeninos y se contrastó la información con la triangulación y trazabilidad de los hallazgos; para finalmente, crear el registro e informe. Finalmente, se da el cierre con la discusión de la investigación para formular las conclusiones y recomendaciones. La secuencia metodológica expuesta aparece en la Figura 6.

2. Alcance de la investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que una investigación puede tener un alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo, dependiendo de la estrategia de la investigación. Para el presente estudio el alcance es descriptivo. Sin embargo, tal como lo indica Hernández, Fernández y Baptista (2014) un estudio que se inicia como exploratoria o descriptiva puede terminar siendo correlacional y aún explicativa.

La investigación tiene como objetivo describir si se obtiene valor tras la formalización de las asociaciones de emprendimientos femeninos en Piura, centrándose en las dimensiones de asociatividad en emprendimientos femeninos, la formalización empresarial y su relación con el valor. En la primera dimensión se tiene las siguientes variables: El espacio asociativo tiene variables que miden el ambiente en el que se desarrollan las asociaciones; el emprendimiento femenino, aquí se desarrollan las variables para tener un perfil de las

mujeres emprendedoras; se abordó los beneficios y desafíos de la asociatividad; y finalmente, la asociatividad en emprendimientos femeninos. En la segunda dimensión se tienen las siguientes variables: las ramas de la formalización empresarial, en donde se analiza si cuentan con formalización comercial y/o tributaria; las etapas de formalización en organizaciones, para identificar las etapas atravesadas de las asociaciones formalizadas; y el grado de legalidad en el que se encuentran; y por último, la formalización y su relación con el valor, aquí se analizaron los beneficios o desventajas que pudieron haber obtenido con la formalización.

Por otro lado, mediante la información recolectada se logró un alcance descriptivo de la relación entre las variables de asociatividad y formalización. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la principal finalidad de los estudios descriptivos es presentar la información en el contexto en el que se encuentren durante una investigación.

3. Enfoque de la investigación

“Tradicionalmente, la investigación suele distinguir dos tipos de enfoque: cuantitativo y cualitativo” (Ponce & Pasco, 2018, p. 45). Ninguno de estos enfoques es considerado mejor que el otro, son diferentes aproximaciones para preparar y transformar los datos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que el lado cualitativo explora con mayor profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles, experiencias únicas y aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad.

Para el desarrollo de la investigación el enfoque será mixto con énfasis cualitativo acompañado de un componente cuantitativo denominado cuestionario para complementar los resultados. Con este enfoque se profundiza cualitativamente sobre si se genera o no valor tras la formalización en las asociaciones, analizando los beneficios y desafíos que se encuentran en el proceso de formalización experimentado. Por su parte, el cuestionario logra identificar el perfil de las mujeres emprendedoras que forman parte de las asociaciones. En ese sentido, el enfoque ayuda a analizar los componentes y rasgos del módulo de formalización y asociatividad del programa “Mujeres en la empresa” de CARE Perú.

4. Diseño o estrategia de la investigación

Definido el enfoque y el alcance de esta investigación, se determina en esta sección el diseño de la investigación. Este proyecto está orientado bajo la modalidad de estudio de caso, mediante el cual se conducirá hacia los objetivos planteados. Se tomo como caso de estudio el proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú, en donde se trabaja con quince

asociaciones de mujeres. “En esta estrategia general, el investigador estudia en profundidad un número limitado de casos específicos (en ocasiones, un solo caso) que le ayuden a comprender un fenómeno más amplio” (Ponce & Pasco, 2018, p. 47). Por su parte, Yin (1994), uno de los máximos exponentes en este tipo de diseño, afirma que el estudio de casos es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. Asimismo, Yin (1994) menciona que es una investigación empírica en la cual se presentan múltiples fuentes de evidencias, y estos convergen en una triangulación. Con el diseño elegido será posible entender la realidad del caso en particular, mas no se pretende generalizar los resultados obtenidos entre la relación de la formalización con asociaciones de emprendimientos femeninos. Además, se logra una mayor profundidad de análisis al tratarse de un único caso, con la identificación de todos los actores relevantes dentro de la investigación.

El proyecto se desarrolló en tres fases. Esta investigación se centra en la parte final de la fase II, ya que en esta etapa se incentiva y concreta el proceso de formalización, y se requieren obtener los resultados de ese proceso hasta la fecha de recolección de datos para hacer un contraste de si la formalización aporta valor. Por lo mencionado, el horizonte temporal del presente estudio es transversal, puesto que se recopilan los datos luego que se dio la formalización. Los estudios transversales son aquellos en los cuales la recolección de la información se realiza en un solo periodo de tiempo y solamente proporcionan información del sujeto de estudio correspondiente al momento en que fueron recolectados (Ponce & Pasco, 2018).

5. Selección de las unidades de observación

Para continuar con la metodología de la investigación, se procede a la selección de las unidades de observación, las que pueden ser censal o muestral. En un censo, el investigador está en capacidad de recolectar información del universo de unidades de observación o de la población objetivo del estudio, suele ocurrir cuando el número de unidades de observación es limitado. Sin embargo, en una muestra no hay capacidad para recolectar información de la totalidad de unidades de observación o de la población objetivo del estudio porque el número es demasiado amplio, por lo que requiere concentrar sus esfuerzos en solamente una parte de dicho conjunto (Ponce & Pasco, 2018).

Para efectos de esta investigación, con base en el padrón al cual se tiene acceso del estudio de caso en análisis, la selección de las unidades de observación será muestral. El muestreo permite conocer ciertas características de una población a partir de una muestra

extraída de ella, siendo que el objetivo del diseño de muestreo es que la muestra sea representativa de dicha población (Tamayo, 2003).

5.1. Docentes y especialistas PUCP

En el presente apartado se desarrolla el perfil de los Docentes y Especialistas de la PUCP, que contribuyeron y colaboraron en la validación del planteamiento del problema y la revisión metodológica de la presente investigación.

Como primer referente en el tema se consideró a Hellen Lopez, Magister en Desarrollo Internacional: Pobreza y Desigualdad en la Universidad de Manchester, Inglaterra. También es Gestora con Mención Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú, con Diplomado en Gestión Estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial y Negocios Inclusivos. Además, posee experiencia como Jefe de Proyectos en Aprenda trabajando en el diseño, monitoreo y evaluación de proyectos públicos y privados en temas de emprendimiento y desarrollo de la microempresa.

Como segundo referente, se contó con el aporte de Milos Lau, Magíster en Administración Pública por la Fundación Getulio Vargas de Río de Janeiro, Brasil. Magíster en Política y Gestión Universitaria por la Pontificia Universidad Católica del Perú y la Universidad de Barcelona, España. Bachiller en Ciencias Sociales con mención en Economía por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Finalmente, obtuvo una Diplomatura en Dirección de Proyectos basada en el PMBOK GUIDE 2012 II.

Finalmente, como tercer y último referente se tomó en cuenta el conocimiento y la experiencia de Marcelo Pasco, que posee una larga trayectoria docente, en pregrado y posgrado, en cursos de teoría organizacional, ética para la gestión y métodos de investigación. Además de una amplia experiencia profesional en el diseño y evaluación de políticas y programas públicos en agencias del Estado y de cooperación internacional para el desarrollo en los sectores de empleo, turismo y minería.

5.2. Asociaciones de mujeres emprendedoras del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú.

Se trabajó con 15 asociaciones seleccionadas que son parte del proyecto “Mujeres en la empresa”, conformadas por 401 mujeres emprendedoras en total. Cabe resaltar que las 15 asociaciones solo corresponden al módulo de formalización que atravesaron por el proceso impulsado por CARE Perú. El método de muestreo escogido es no probabilístico por conveniencia, ya que como menciona Tamayo (2003), el muestreo no probabilístico por conveniencia se utiliza cuando se requiere obtener una información de manera oportuna y económica. Sin embargo, como menciona Rositas (2014), si no es posible que la muestra sea estrictamente aleatoria, debido a la problemática implícita en los estudios de campos, debe

tratar de apegarse lo más posible a esta para que la investigación tenga aplicación confiable en el mundo real y no quede solo como un mero trabajo académico. Por último, se pasa a describir las técnicas de análisis de la información de la metodología propuesta.

Tabla 12: Relación de líderes de las asociaciones entrevistadas en el caso de estudio.

| Asociación | Cargo | Rubro |
|---|-------------------------|---------------------|
| Líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Perpetuo Socorro | Presidenta | Artesanía |
| Líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de La Puerta | Presidenta | Artesanía |
| Líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas | Presidenta | Artesanía |
| Líder de la Asociación de Mujeres Artesanas y Productivas Multiservicios Sechura | Presidenta | Artesanía |
| Líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac | Representante de Ventas | Artesanía |
| Líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo | Presidenta | Artesanía |
| Líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Pilar | Presidenta | Artesanía |
| Líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME | Secretaria | Agroindustria |
| Líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Salitral | Presidenta | Agroindustria |
| Líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco | Presidenta | Agroindustria |
| Líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes | Presidenta | Agroindustria |
| Líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro | Presidenta | Crianza de animales |
| Líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Santa Rosa de Serran | Presidenta | Crianza de animales |
| Líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serrán | Presidenta | Crianza de animales |
| Líder de la Asociación de Mujeres Líderes Emprendedoras del Caserío Río Viejo Norte | Presidenta | Crianza de animales |

5.3. Representantes del proyecto "Mujeres en la empresa" de CARE Perú.

En el presente apartado se refiere a los representantes del proyecto "Mujeres en la empresa" de CARE Perú (Tabla X), quienes, debido a sus posiciones y el contacto ya establecido entre los grupos objetivos, facilitaron la recopilación de información fundamental sobre las mujeres y el proyecto.

La primera representante clave es Marcia Barbis, quién fue la líder del proyecto CARE Perú entre los años 2013-2022. Es Licenciada en Psicología y cuenta con experiencia en la gestión de proyectos de desarrollo financiados por el sector privado en el marco de la coordinación y comunicación. Posee una Especialización y experiencia en la Gestión de

Recursos Humanos con énfasis en procesos de reclutamiento y selección de personal. Por otro lado, tiene una vasta experiencia de trabajo en liderazgo y empoderamiento de mujeres de las zonas rurales. Además, cuenta con más de 10 años en CARE Perú, actualmente se desempeña como Jefa de Proyecto Mujeres Líderes Hacedoras de su Destino y Progreso.

La segunda representante es Romina Reborá, fue la responsable de comunicación del proyecto de empoderamiento económico "Mujeres en la empresa". Fue la responsable del diseño y ejecución del plan de comunicación y estrategia, así como del plan de incidencia para el escalamiento del proyecto global, trabajando a favor del emprendimiento de las mujeres en contextos de pobreza y pobreza extrema. Además, formó parte del equipo de diseño de la fase III del proyecto, liderando la estrategia de incidencia y escalamiento con los sectores público y privado a nivel nacional y regional, a favor de mujeres en situación de vulnerabilidad en zonas rurales y periurbanas del Perú. Finalmente, fue la encargada del diseño, seguimiento y gestión de propuestas para la replicación e integración de experiencias exitosas del proyecto a favor de más mujeres, liderando de esa forma la estrategia Nacional desde Lima y supervisando las acciones en Piura, Junín y Huancavelica.

El tercer representante es Manuel Mechato, fue el Consultor encargado de llevar a cabo las respectivas capacitaciones con los grupos de mujeres interesadas a lo largo del proceso. Elaboró los procedimientos facilitadores entre las mujeres y CARE PERÚ, de manera que fue un nexo importante entre ellos.

Tabla 13: Relación de responsables del proyecto “Mujeres en la empresa” entrevistados en el caso de estudio.

| Nombre | Cargo |
|-------------------------|---|
| Marcia Barbis Quiñones | Gestora de proyectos de desarrollo |
| Romina Reborá Cavalieri | Especialista de Comunicaciones e Incidencia |
| Manuel Mechato | Facilitador del proyecto en Piura |

6. Técnicas de recolección de información

Ponce y Pasco (2018) indican que las técnicas de recolección más utilizadas son: la encuesta, el *focus group*, la observación y las entrevistas a profundidad, el uso puede ser por separado o en conjunto dependiendo del investigador. La presente investigación emplea diferentes herramientas de recolección de datos a nivel cualitativo y cuantitativo (ver Tabla 14), lo que dependerá de los actores involucrados y las variables a desarrollar.

Tabla 14: Técnicas para recoger la información, unidades de muestras e instrumentos

| Técnicas para recoger la información | Unidades de análisis de la muestra | Instrumentos | Etapa de secuencia de investigación |
|--------------------------------------|---|--------------------|---|
| Entrevista no estructurada | Especialistas PUCP | No estructurada | Validación del planteamiento del problema |
| Entrevista no estructurada | Docentes PUCP | No estructurada | Revisión metodológica |
| Entrevista semiestructurada | Líderes de las Asociaciones de mujeres de Piura | Guía de entrevista | Trabajo de campo |
| Entrevista semiestructurada | Representantes del proyecto "Mujeres en la empresa" de CARE Perú | Guía de entrevista | Trabajo de campo |
| Cuestionario | Mujeres emprendedoras del proyecto "Mujeres en la empresa" de CARE Perú | Cuestionario | Trabajo de campo |

6.1. La entrevista en profundidad

“Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 403). En esta técnica se utiliza el instrumento de guía de entrevista, utilizando preguntas fundamentalmente abiertas que permiten expresarse libremente. Existen tres variantes de la técnica: estructurada, semiestructurada y no estructurada (Ponce & Pasco, 2018).

Las entrevistas a profundidad permiten recolectar información mucho más detallada, por ello se utilizan para obtener datos de diferentes actores. En primer lugar, se aplicaron entrevistas no estructuradas a los especialistas PUCP para la validación del planteamiento del problema e identificar posibles aspectos de mejora en las variables definidas y objetivos de la investigación. En segundo lugar, se usó la misma técnica de entrevistas no estructuradas a los docentes PUCP para la revisión de la metodología escogida, así como las técnicas de recolección, selección de las unidades de observación y análisis del estudio.

En una siguiente fase se aplicaron entrevistas semi estructuradas a 15 líderes de las asociaciones seleccionadas de emprendimientos femeninos de Piura, para identificar y analizar la relación de la formalización con el valor en sus asociaciones con base en sus experiencias, ellas son las principales fuentes de información. Finalmente se emplearon entrevistas semiestructuradas con los representantes del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú, para conocer el modelo del proyecto a mayor profundidad y recoger las lecciones aprendidas durante todo el proceso. Tanto para las líderes como para los representantes se utilizó una guía de entrevista definida, pero con una secuenciación flexible.

6.2. El cuestionario

La encuesta o cuestionario consiste en un conjunto de preguntas de una a más variables que se medirán en la investigación (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). Según Ponce y Pasco (2018) a través de los cuestionarios se recolecta información exacta y estandarizada sobre un tema. En este instrumento se pueden utilizar preguntas con categorías cerradas, aunque también abiertas. En las preguntas cerradas se toman a consideración todas respuestas delimitadas por el investigador, a diferencia de las preguntas abiertas que no delimitan las alternativas.

En la presente investigación se utiliza el cuestionario a las mujeres emprendedoras del proyecto para reafirmar el perfil de las mujeres que forman parte de las asociaciones, tanto como emprendedoras como su participación en la asociación.

7. Técnicas de análisis de la información

Finalmente, se presentan las técnicas con las que se analiza la información recopilada para este proyecto. Cabe recordar que el enfoque elegido es mixto, el alcance es descriptivo y se pretende mostrar la relación entre la variable formalización de si aporta valor a las asociaciones de emprendimientos femeninos. “El análisis de correlación se utiliza para analizar el grado de asociación lineal entre dos variables y saber si tienen relación lineal directa (positiva) o inversa (negativa)” (Ponce & Pasco, 2018, p. 71). Mientras que el alcance descriptivo menciona:

Este análisis se usa para explorar el comportamiento de las variables estudiadas a partir del conocimiento sobre el comportamiento de los datos en la muestra, lo cual se realiza mediante distribuciones de frecuencia e histogramas, representaciones gráficas y medidas numéricas de resumen de datos (Ponce & Pasco, 2018, p. 69).

Para el tratamiento de los datos cualitativos se transcribió la información recopilada con la finalidad de obtener un conjunto de datos estructurados y organizados que permitan crear categorías que faciliten el análisis en un documento de Microsoft Excel.

Tabla 15: Estructura del análisis de la información cualitativa

| Categoría | Punto principal | Punto secundario |
|---|---|---|
| Perfil de la asociación | Entorno de la asociación | Grado de concientización Nivel de consenso Cercanía geográfica Dependencia localizada Tamaño |
| | Beneficios de la asociatividad | Financieros Organizacionales Comerciales |
| Proceso de formalización del proyecto | Identificación y primer acercamiento | Clasificación de emprendimientos Desconfianza Optimismo y esperanza |
| | Promoción y sensibilización | Beneficios de formalización Aprovechamiento oportunidades Muestra casos de éxito |
| | Capacitaciones | Motivación de aprendizaje Temas técnicos Temas de administración negocio |
| | Asistencia técnica y acompañamiento | Asesoría legal Soporte constancia |
| | Formalización comercial | Registros públicos |
| | Formalización tributaria | Obtención RUC en SUNAT |
| | Retos y oportunidades del proceso | Reto económico Reto de falta de consenso Asesorías como oportunidad Concientización como oportunidad |
| Estado actual de formalización | Formalización comercial | Identificación fiscal Pago impuestos tributarios |
| | Formalización tributaria | Licencia de funcionamiento Pago impuestos municipales |
| Creación de valor de las asociaciones desde la formalización en cada rubro de: - Artesanía - Agroindustria - Crianza de animales | Contrataciones | Contrataciones del Estado Contrataciones privadas |
| | Acceso y uso de créditos financieros | Acceso crédito Uso del crédito |
| | Alianzas entre sectores de la comunidad | Empresas privadas Estado Tercer Sector |
| | Relación con clientes y proveedores | Clientes Proveedores |
| | Beneficios tributarios | Deducción del IGV |
| | Organización de las responsabilidades | Organización directiva y socias |
| | Crecimiento hacia otras regiones | Ferías |
| | Motivación y productividad | Motivación Productividad |
| | Contribución a la sociedad | Valor económico y social |
| | Acceso a derechos básicos | Libertad económica Acceso a la educación Libertad de expresión |

De este modo, las categorías definidas para el análisis cualitativo inician con la presentación del proceso de formalización del proyecto que comprende 7 pasos principales, seguido del estado actual de formalización tanto comercial como tributaria de las asociaciones

y finalmente, la creación de valor de las asociaciones desde la formalización según los 10 puntos principales evaluados en cada uno de los tres rubros en los que se desenvuelven las asociaciones seleccionadas: artesanía, agroindustria y crianza de animales. Las tres categorías mencionadas pretenden responder al objetivo específico 5 que consiste en identificar los aspectos positivos y los espacios de mejora del modelo de formalización de asociaciones de emprendimientos femeninos analizados en Piura; y su relación con la generación de valor.

A la vez, se utiliza el diseño de triangulación concurrente. Esta técnica será de mucha relevancia porque permitirá contrastar las versiones de los diversos actores sobre alguna variable en específico para detectar discrepancias o unanimidad de los datos a través de la comparación e interpretación de los resultados. “En la indagación cualitativa poseemos una mayor riqueza, amplitud y profundidad en los datos, si éstos provienen de diferentes actores del proceso, de distintas fuentes y al utilizar una mayor variedad de formas de recolección de los datos” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 439). En la investigación la triangulación aplica entre lo mencionado por las líderes entrevistadas, los representantes del proyecto, y como tercer componente, la teoría recopilada en el marco teórico.

Para el análisis del componente cuantitativo, los datos provenientes de los cuestionarios que fueron procesados a través del programa Microsoft Excel, para obtener las tablas, gráficos y la interrelación entre las variables. El uso de los gráficos permite a la investigación presentar los resultados del cuestionario visualmente, para analizar cuantos cambios se dan después de la formalización.

Tabla 16: Estructura del análisis del componente cuantitativo

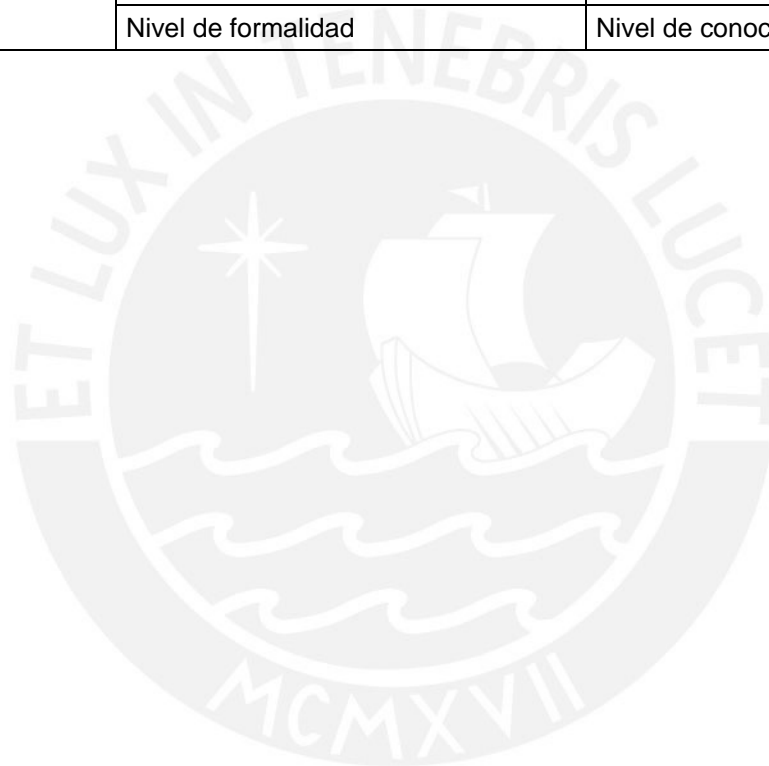
| Categoría | Punto principal | Punto secundario |
|--|------------------------------------|---|
| Descripción de las emprendedoras de las asociaciones | Perfil de las emprendedoras | Edad Nivel educativo Cantidad de personas en hogar |
| | Características de emprendimientos | Rubro Nivel de formalidad Años de experiencia Nivel de ingresos Nivel de ganancias Nivel conocimientos gestión |

La categoría establecida para esta parte del análisis del componente cuantitativo es la descripción de las emprendedoras de las asociaciones, la cual comprende al perfil de las emprendedoras y a las características de los emprendimientos de las mujeres que respondieron el cuestionario. La información se analiza relacionando las variables de los puntos secundarios de la Tabla 16 a través de los datos numéricos extraídos.

En la tabla 17 se pueden identificar como se han correlacionado las variables para analizar la información relevante que otorgó hallazgos según cada rubro. En primer lugar, se relacionó el rubro con el nivel de formalidad de los emprendimientos, seguido de el cruce de las variables entre rubro, nivel de formalidad y años de experiencia; otro enlace fue entre el rubro, nivel de ingreso y nivel de ganancias; y finalmente la relación entre el rubro, el nivel de formalidad y nivel de conocimientos de gestión.

Tabla 17: Variables correlacionadas

| Variable 1 | Variable 2 | Variable 3 |
|------------|---------------------|--------------------------------|
| Rubro | Nivel de formalidad | |
| | Nivel de formalidad | Años de experiencia |
| | Nivel de ingresos | Nivel de ganancias |
| | Nivel de formalidad | Nivel de conocimientos gestión |



CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

En este último capítulo, se presenta el perfil de las emprendedoras y características de los emprendimientos participantes según los cuestionarios recolectadas. Asimismo, se expondrá el perfil de la asociación según la actividad económica, el entorno junto a los beneficios y desafíos percibidos de la asociatividad. A continuación, se analiza el proceso de formalización, estado actual de formalización de las asociaciones y los principales generadores de valor a partir de la formalización identificada con base en las entrevistas y teoría consultada. Con ello, se exponen los aspectos positivos y espacios de mejora del modelo de formalización del proyecto.

1. Conociendo a las emprendedoras de las asociaciones del proyecto

“Mujeres en la empresa”

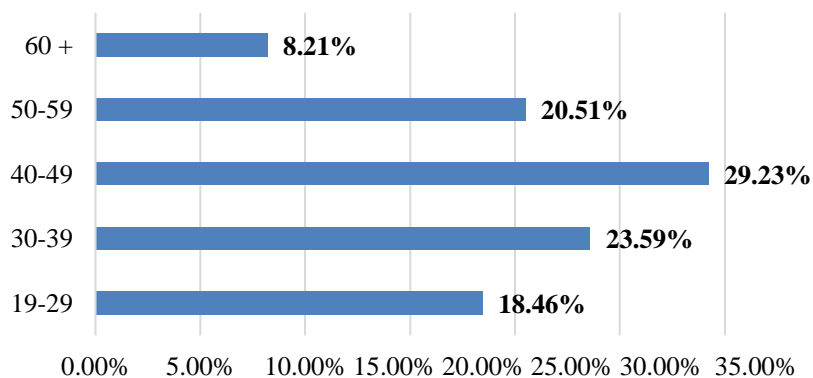
Para la primera parte del capítulo se hace un perfil demográfico de las mujeres emprendedoras que forman parte del proyecto, así como también se describirán las características de los emprendimientos para poder conocerlos utilizando los cuestionarios realizados.

1.1. Perfil demográfico de las emprendedoras de las asociaciones

1.1.1 *Edad*

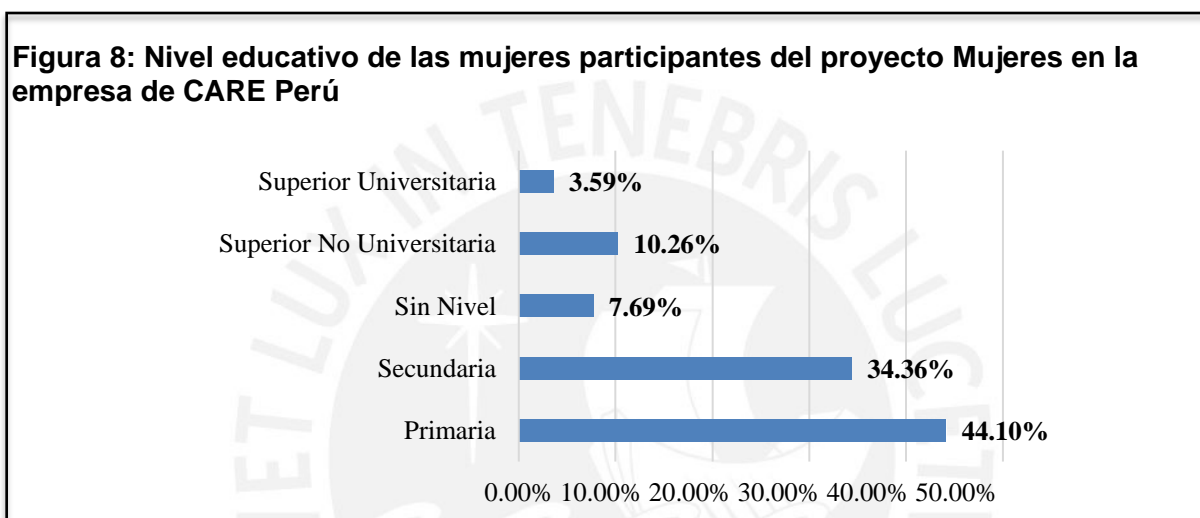
Empezando con la variable edad se puede observar en la figura 7 que el porcentaje más alto está entre los 40 y 49 años (29.23%), seguido de mujeres entre los 30 y 39 años (23.59%), el 20.51% entre los 50 y 59 años, el 18.46% entre los 19 y 29 años y con una menor participación se tiene a las mujeres mayores de 60 años (8.21%). Se observa que nuestro grupo de estudio se concentra entre las edades de 30 a 59 años, que representan la mayoría con un 73.33%.

Figura 7: Edad de las mujeres participantes del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú



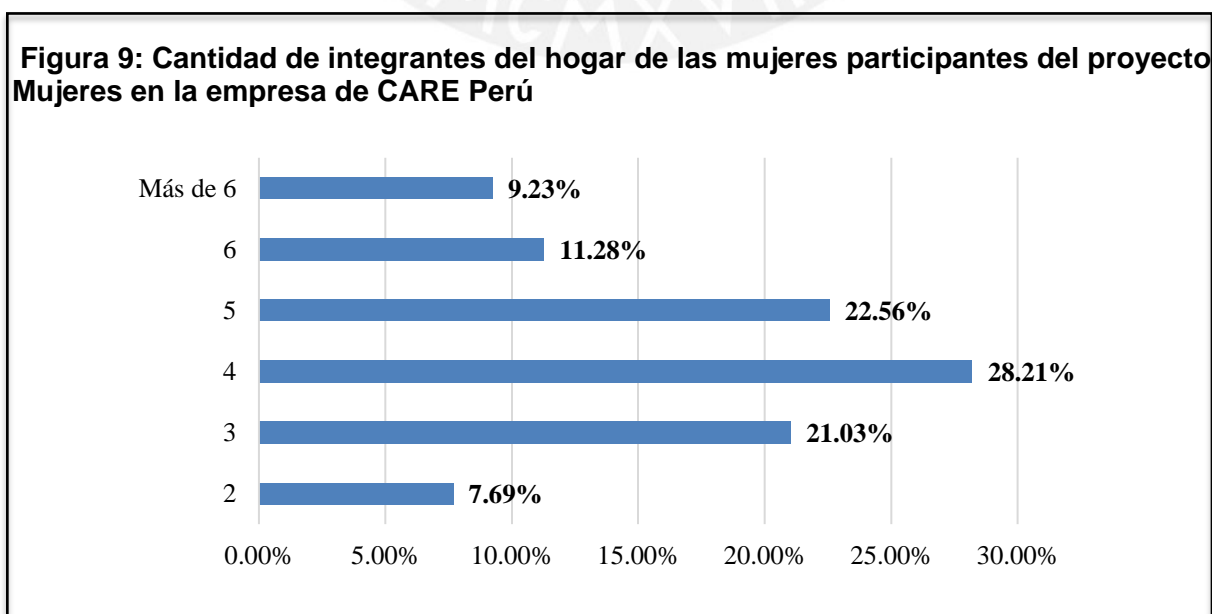
1.1.2 Nivel educativo

Asimismo, en la figura 8 se muestra el nivel educativo de las emprendedoras, donde el porcentaje más alto está en primaria (44.1%), seguido de secundaria (34.36%), superior no universitario (10.26%), sin nivel (7.69%) y superior universitario (3.59%). Los datos muestran que las mujeres encuestadas en su mayoría (78.46%) solo tuvieron acceso a educación básica de primaria y secundaria, es decir, no cuentan con un nivel alto de estudios lo que dificulta su inserción al mercado laboral. Esto refuerza lo expuesto por Olaz y Ortiz (2017) sobre que las mujeres deciden emprender por necesidad frente a las pocas oportunidades de empleo.



1.1.3 Cantidad de personas en el hogar

Entre las encuestadas, según la figura 9, se aprecia que hay una mayor concentración de mujeres con hogares que incluyen 4 integrantes, representando un 28.21%, seguido de un 22.56% con 5 integrantes y 21.03% con 3 integrantes.



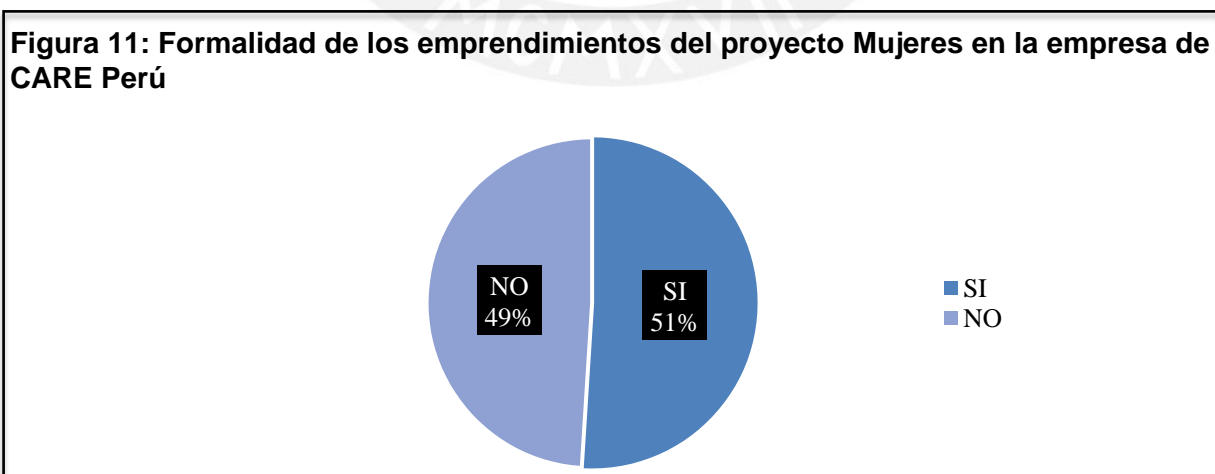
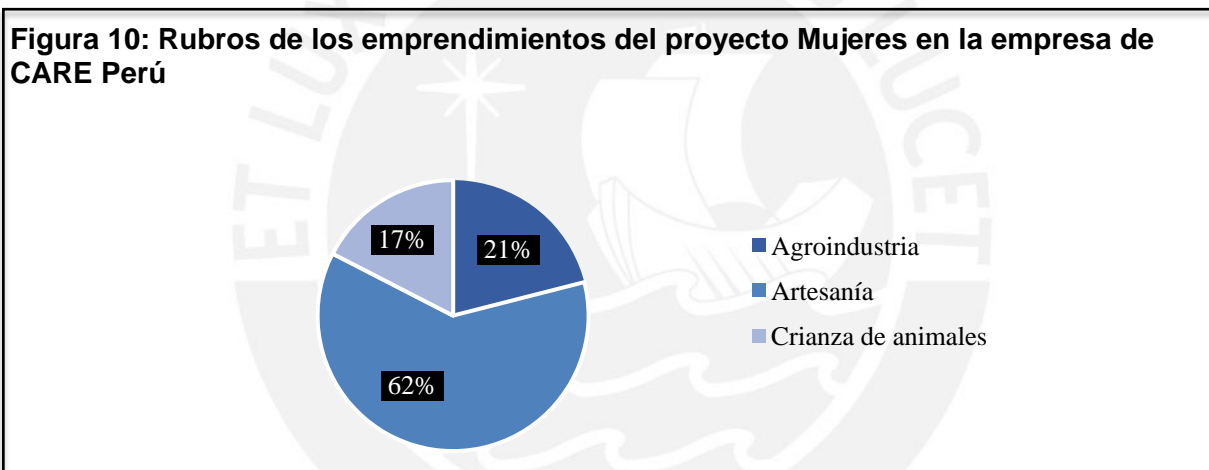
Estos 3 grupos comprenden un 71.8% del total de cuestionarios, que son los más representativos en comparación con los extremos de mínima cantidad (2 integrantes) que abarca solo un 7.69% y el de máxima cantidad (más de 6 integrantes) con 9.23%.

De los datos encontrados, se verifica que en nuestro grupo de estudio predominan los hogares con una cantidad media de integrantes, son pocos los hogares con reducida y amplia cantidad de personas.

1.2. Características de los emprendimientos participantes

1.2.1. Rubro

De las 195 mujeres consideradas en la muestra, como se muestra en la figura 10, más de la mitad pertenecen al rubro de artesanía 61.54%, seguidas por el rubro de agroindustria con 21.03% que involucra a la producción de algarrobina, mermeladas, derivados del cacao y chifles; finalmente, un 17.44% se dedican a la crianza de animales.



Como parte del análisis de la investigación, el rubro de los emprendimientos será fundamental porque hay marcadas diferencias entre estos tres grupos económicos respecto

a la relación entre la formalización y las diferentes variables que se despliegan en la presente investigación.

Según los datos recopilados de los cuestionarios, el 49% de los emprendimientos de las mujeres encuestadas no son formales y el 51% de ellos sí lo son (Figura 11). Este dato denota que no es un panorama alentador, pero existe un gran avance respecto de la formalización, ya que la mitad de los emprendimientos sí son formales.

Tabla 18: Formalidad de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro

| Formalidad por rubros | NO | | SI | | TOTAL | |
|-----------------------|----------|-----|----------|-----|----------|------|
| | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % |
| Agroindustria | 12 | 29% | 29 | 71% | 41 | 100% |
| Artesanía | 61 | 51% | 59 | 49% | 120 | 100% |
| Crianza de animales | 23 | 68% | 11 | 32% | 34 | 100% |
| Total | 96 | | 99 | | 195 | |
| Total (%) | 49% | | 51% | | 100% | |

La tabla 18 ayuda a comprender la relación del nivel de formalización por rubro. La revisión a detalle por cada rubro económico muestra que para el rubro de agroindustria más de la mitad son formales, alcanzando un 71% de emprendimientos formales y solo el 29% de las encuestadas del rubro en mención son informales. Por su parte, el rubro de artesanía alcanza solamente un 49% de emprendimientos formales y el 51% se mantienen en el mundo informal. Finalmente, el rubro de crianza de animales tiene la menor cantidad de emprendimientos formales, en comparación con los otros sectores mencionados en este estudio, con un 32%; mientras que para los emprendimientos informales de crianza de animales se aprecia el porcentaje elevado de 68%.

El sector agroindustria tiene más tendencia a la formalización porque le trae más beneficios y a la vez tiene más deberes con el Estado por tratarse de productos elaborados para el consumo humano.

1.2.2. Años de experiencia

La siguiente tabla ayuda a entender cómo se relacionan los años de experiencia de los emprendimientos con la formalización en cada rubro estudiado. Del total de encuestadas se aprecia en 48 mujeres (25% del total de encuestadas) que hay una mayor concentración de emprendimientos informales que tienen entre 4 a 5 años de experiencia, seguido por otro grupo representativo de 39 mujeres (20% del total de encuestadas) que comprenden a los emprendimientos formales con más de 8 años de experiencia.

Con relación al rubro de agroindustria, la mayor concentración se encuentra en los emprendimientos con más de 8 años de experiencia que son formales representadas por el 32% de su sector, a continuación, las mujeres con 4 a 5 años de experiencia también formales que alcanzan el 29% de este rubro. Respecto solo a los años de experiencia que tienen en el negocio, se observa un 41% de mujeres con 4 a 5 años de experiencia en agroindustria, las cuales son en su mayoría son formales; seguido de las mujeres con más de 8 años de experiencia que representan el 34% en donde casi todas a excepción de una son formales; continuando con las mujeres de 2 a 3 años de experiencia con 15%, todas informales; y finalmente, las mujeres de 6 a 7 años de experiencia representan el 10% de su rubro de las cuales todas son formales.

Tabla 19: Años de experiencia y formalidad de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro

| ¿Cuál es el rubro de tu emprendimiento? | ¿Cuántos años de experiencia tiene el negocio al que te dedicas? | ¿Es tu emprendimiento formal? | | | | | |
|---|--|-------------------------------|-----|----------|-----|----------|------|
| | | No | | Sí | | Total | |
| | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % |
| Agroindustria | De 2 a 3 años | 6 | 15% | 0 | 0% | 6 | 15% |
| | De 4 a 5 años | 5 | 12% | 12 | 29% | 17 | 41% |
| | De 6 a 7 años | 0 | 0% | 4 | 10% | 4 | 10% |
| | Más de 8 años | 1 | 2% | 13 | 32% | 14 | 34% |
| Total agroindustria | | 12 | 29% | 29 | 71% | 41 | 100% |
| Artesanía | De 2 a 3 años | 9 | 8% | 7 | 6% | 16 | 13% |
| | De 4 a 5 años | 35 | 29% | 14 | 12% | 49 | 41% |
| | De 6 a 7 años | 13 | 11% | 17 | 14% | 30 | 25% |
| | Más de 8 años | 4 | 3% | 21 | 18% | 25 | 21% |
| Total artesanía | | 61 | 51% | 59 | 49% | 120 | 100% |
| Crianza de animales | De 2 a 3 años | 4 | 12% | 2 | 6% | 6 | 18% |
| | De 4 a 5 años | 8 | 24% | 1 | 3% | 9 | 26% |
| | De 6 a 7 años | 9 | 26% | 3 | 9% | 12 | 35% |
| | Más de 8 años | 2 | 6% | 5 | 15% | 7 | 21% |
| Total crianza de animales | | 23 | 68% | 11 | 32% | 34 | 100% |

Por el lado de artesanía, su grupo más representativo, con un 29% del sector, está ubicado entre las mujeres con 4 a 5 años de experiencia, cuyos emprendimientos no son formales; a la vez, las mujeres con más de 8 años de experiencia que sí son formales acumulan el 18% del rubro. Referente a los años de experiencia de artesanía, hay mayor cantidad de emprendimientos, 41% con 4 a 5 años de experiencia cuya mayoría es informal, seguido por aquellos cuya experiencia oscila entre 6 a 7 años de experiencia que representan el 25%, asimismo los que tienen más de 8 años de experiencia con un 21% teniendo más del

80% en el sector formal; por último, un 13% con 2 a 3 años de experiencia. Se aprecian mínimas cantidades de emprendimientos informales cuando ya han acumulado años de experiencia elevados, y a la vez poca representatividad de emprendimientos formales con pocos años de experiencia.

Por último, en el rubro de crianza de animales existe mayor presencia de emprendimientos que tienen de 6 a 7 años de experiencia, pero informales que representan el 26% de su sector, así como el 24% se acumula en los que tienen de 4 a 5 años de experiencia y son formales. Por el lado de los años de experiencia, hay presencia de un mayor porcentaje en los emprendimientos, con un total de 6 a 7 años de experiencia que suman un 35% del sector. Otro grupo representativo se ubica en 4 a 5 años de experiencia en el negocio, con un 26% del rubro crianza de animales, de los cuales, excepto uno, son informales. Continuando, hay un 21% de emprendimientos con más de 8 años de experiencia. Para terminar, el menos representativo con 2 a 3 años de experiencia siendo un 18%, en su mayoría informales.

De lo anterior, se infiere que los emprendimientos con más años de experiencia a lo largo del tiempo han ido incorporándose a la formalidad, existiendo una relación directa positiva entre ambas variables con más énfasis en los rubros de agroindustria y artesanía. A más años de experiencia, más emprendimientos formales.

1.2.3. Nivel de ingresos

La siguiente tabla muestra cómo se relacionan los ingresos principales o secundarios, con la consideración sobre las ganancias de los emprendimientos en los tres rubros de la investigación. En primer lugar, se tiene que 72 mujeres indican que los ingresos de sus emprendimientos son los más importantes. Se observa que un 32% de las mujeres que pertenecen a agroindustria mencionan que cubren todos sus gastos, así como un 12% señala que los ingresos la ayudan con algunos gastos y solo un 2% genera ahorros. En el caso de las mujeres artesanas, un 12% dice que sus ganancias cubren todos los gastos del hogar, un 10% solo algunos gastos y un 14% que les permite ahorrar. Finalmente, en el rubro de crianza de animales, el 12% menciona que los ingresos cubren todos los gastos del hogar, un 9% solo les ayuda en algunos gastos y 9% genera un ahorro.

En segundo lugar, 123 mujeres encuestadas señalan que tienen otros ingresos más importantes, representando una mayoría en comparación con las 72 mujeres que dicen que los ingresos de sus ganancias de sus emprendimientos son los más importantes. En el rubro agroindustria, un 17% indica que sus ingresos cubren todos los gastos del hogar, un 32% que les ayuda con algunos gastos del hogar y un 5% que menciona que no tiene ganancias. En el caso de las artesanas, un 10% menciona que cubren todos sus gastos, un 49% que las

ayuda con algunos gastos, un 3% que les permite ahorrar y 3% que no tiene ganancias. Finalmente, para el rubro de crianza de animales, un 6% señala que sus ingresos cubren todos los gastos del hogar, un 59% que les ayuda con algunos gastos y solo un 6% que no obtienen ganancias.

Tabla 20: Nivel de ganancias y tipo de ingresos de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro

| ¿Cuál es el rubro de tu emprendimiento? | ¿Cómo consideras que son las ganancias de tu emprendimiento? | ¿Los ingresos de tu emprendimiento son principales o secundarios? | | | | | |
|---|--|---|-----|------------------------|-----|----------|------|
| | | El más importante | | Otros ingresos mayores | | Total | |
| | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % |
| Agroindustria | Cubre todos los gastos del hogar | 13 | 32% | 7 | 17% | 20 | 49% |
| | Me ayuda con algunos gastos | 5 | 12% | 13 | 32% | 18 | 44% |
| | Me permite ahorrar | 1 | 2% | 0 | 0% | 1 | 2% |
| | No tengo ganancias | 0 | 0% | 2 | 5% | 2 | 5% |
| Total agroindustria | | 19 | 46% | 22 | 54% | 41 | 100% |
| Artesanía | Cubre todos los gastos del hogar | 14 | 12% | 12 | 10% | 26 | 22% |
| | Me ayuda con algunos gastos | 12 | 10% | 59 | 49% | 71 | 59% |
| | Me permite ahorrar | 17 | 14% | 3 | 3% | 20 | 17% |
| | No tengo ganancias | 0 | 0% | 3 | 3% | 3 | 3% |
| Total artesanía | | 43 | 36% | 77 | 64% | 120 | 100% |
| Crianza de animales | Cubre todos los gastos del hogar | 4 | 12% | 2 | 6% | 6 | 18% |
| | Me ayuda con algunos gastos | 3 | 9% | 20 | 59% | 23 | 68% |
| | Me permite ahorrar | 3 | 9% | 0 | 0% | 3 | 9% |
| | No tengo ganancias | 0 | 0% | 2 | 6% | 2 | 6% |
| Total crianza de animales | | 10 | 29% | 24 | 71% | 34 | 100% |

En el sector agroindustria, un 54% indica que tiene otros ingresos mayores a las ganancias de sus emprendimientos, en donde un 32% señala que estos les ayudan con algunos gastos del hogar. Para el caso de artesanía, la mayoría, un 65% menciona que tiene otros ingresos mayores, en donde un 49% dice que los ayudan con algunos gastos. Igualmente, en el caso de crianza de animales, una gran mayoría, un 71% menciona que tiene otros ingresos más importantes y que un 59% que esos ingresos la ayudan con algunos gastos del hogar. Se concluye que en todos los rubros los ingresos de los emprendimientos no logran representar el ingreso más importante, pero sí apoyan en algunos gastos de los hogares.

1.2.4. Nivel de conocimientos en gestión

En la tabla 21 se analiza cómo el nivel de conocimientos en temas de gestión se entrelaza con la formalización de los emprendimientos en los tres rubros del estudio. Se define a la categoría “muy bajo” si no tiene ningún conocimiento en administración, a la categoría “regular” si ha recibido cursos y a la categoría “muy alto” si tiene algún certificado de estudios en temas de gestión.

Tabla 21: Nivel de gestión y formalización de los emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú según rubro

| ¿Cuál es el rubro de tu emprendimiento? | ¿Cuál es tu nivel de conocimiento en temas de administración? | ¿Es tu emprendimiento formal? | | | | | |
|---|---|-------------------------------|-----|----------|-----|----------|------|
| | | No | | Sí | | Total | |
| | | Cantidad | % | Cantidad | % | Cantidad | % |
| Agroindustria | Muy bajo | 0 | 0% | 1 | 2% | 1 | 2% |
| | Bajo | 7 | 17% | 6 | 15% | 13 | 32% |
| | Regular | 1 | 2% | 18 | 44% | 19 | 46% |
| | Medio Alto | 4 | 10% | 4 | 10% | 8 | 20% |
| Total agroindustria | | 12 | 29% | 29 | 71% | 41 | 100% |
| Artesanía | Muy bajo | 3 | 3% | 0 | 0% | 3 | 3% |
| | Bajo | 37 | 31% | 7 | 6% | 44 | 37% |
| | Regular | 17 | 14% | 40 | 33% | 57 | 48% |
| | Medio Alto | 4 | 3% | 12 | 10% | 16 | 13% |
| Total artesanía | | 61 | 51% | 59 | 49% | 120 | 100% |
| Crianza de animales | Muy bajo | 7 | 21% | 1 | 3% | 8 | 24% |
| | Bajo | 14 | 41% | 6 | 18% | 20 | 59% |
| | Regular | 0 | 0% | 3 | 9% | 3 | 9% |
| | Medio Alto | 2 | 6% | 1 | 3% | 3 | 9% |
| Total crianza de animales | | 23 | 68% | 11 | 32% | 34 | 100% |

En el rubro agroindustria, la mayoría (46%) posee un nivel de gestión regular, en donde todas excepto una persona se encuentra formalizada. Seguidas de un 32% que posee un nivel bajo de gestión y la mitad de ellas se encuentran formalizadas, luego un 20% cuenta con un nivel medio alto y también solo la mitad están formalizadas; finalmente, un 2% tiene un nivel muy bajo y se encuentra formalizada. En el caso de artesanía, un 48% posee un nivel regular en donde 40 se encuentran en el sector formal, seguidas de un 37% que posee un nivel bajo de gestión y solo 7 están formalizadas, luego un 13% cuenta un nivel muy alto y en su mayoría se encuentran formales; por último, un 3% tiene un nivel muy bajo de gestión, y todas son informales. Mientras que para el rubro de crianza de animales la mayoría (59%) posee un nivel bajo de gestión en donde mayormente se encuentran en la informalidad, luego un 24% con un nivel muy bajo y principalmente informales, un 9% con un nivel regular, al

igual que las mujeres que cuentan con un nivel medio alto de gestión, en el primero todos formales y en el segundo solo una de las tres encuestadas.

Se aprecia que en el rubro de agroindustria mayoritariamente se encuentra un nivel regular de gestión en donde se encuentran formalizadas casi todas. Se puede observar en la tabla 14 que 29 de las 41 mujeres encuestadas sí se encuentran formalizadas. Es decir, que a pesar de que las mujeres cuenten con un nivel regular o bajo en temas de administración, han logrado formalizarse en su mayoría porque para el caso de este sector contar con la formalización es importante para dar una seguridad a sus clientes de sus productos. En el rubro artesanía, cuentan con un nivel regular de gestión y en su mayoría formales. Caso contrario al rubro agroindustria, se observa que 61 mujeres se encuentran en la informalidad y 59 en la formalidad, no hay mucha diferencia entre ambos. En el rubro crianza de animales muestra un nivel bajo de gestión, un 82% se encuentra entre un nivel bajo y muy bajo de gestión, esto se ve reflejado en la formalización del sector, ya que la mayoría es informal.

El nivel de conocimiento en temas de gestión tiene un impacto positivo en la formalización del rubro de agroindustria, puesto que a más conocimientos más formalización. En el rubro de crianza de animales funciona de manera inversa porque hay menos formalización ante los niveles bajos de conocimientos en gestión. En artesanía no se aprecia una marcada relación entre ambas variables. Por todo lo expuesto en este subcapítulo, las emprendedoras de las asociaciones tienen un perfil definido que comprende en su mayoría mujeres entre las edades de 30 a 59 años, que no cuentan con un nivel alto de estudios y tienen hogares con una cantidad media/alta de integrantes, donde predominan cuatro y cinco personas.

Respecto a las características de los emprendimientos participantes, hay mayor cantidad de emprendimientos en artesanía (61.54%), seguido de agroindustria (21.03%) y, por último, crianza de animales (17.44%). La formalización de los emprendimientos está presente en un 51%, lo cual es un panorama alentador, siendo el rubro de agroindustria que tiene más tendencia a la formalización por los beneficios y deberes con el Estado por incluir productos elaborados para el consumo humano. Otra característica analizada son los años de experiencia de los emprendimientos, cuya relación implica que, a más años de experiencia, más emprendimientos formales en el rubro de artesanía y agroindustria. Sobre el nivel de ingresos de los emprendimientos en todos los rubros no representan el ingreso más importante en los hogares, pero sí apoyan en algunos gastos familiares. Finalmente, sobre los conocimientos en temas de gestión en el rubro de agroindustria y crianza de animales sí se aprecia que a más conocimientos más formalización de emprendimientos.

2. Perfil de la asociación según actividad económica

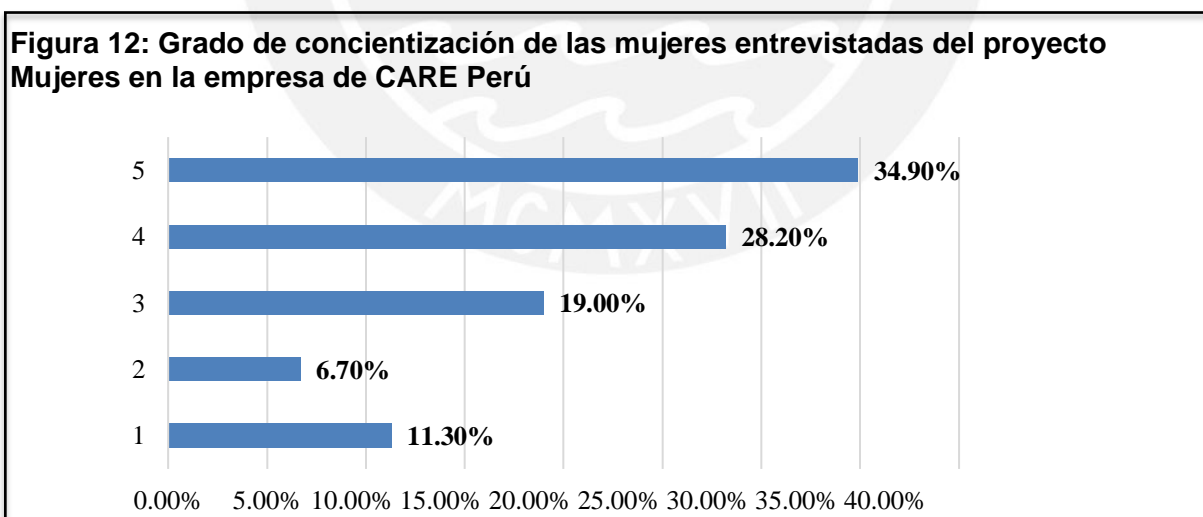
En la segunda parte del capítulo se aborda el ambiente asociativo de las emprendedoras, los beneficios y desafíos de la asociatividad a partir de los datos recolectados tanto del cuestionario como de las entrevistas. Desde las percepciones de las emprendedoras encuestadas y líderes entrevistadas se construyen los hallazgos que a continuación se presentan.

2.1. Entorno de la asociación de las emprendedoras

Según Busson (2012) el ambiente en donde se desarrolla una asociación es importante para tener una exitosa relación interorganizacional entre las socias, por ella analizaremos las variables que muestra el autor para analizar la relación asociativa.

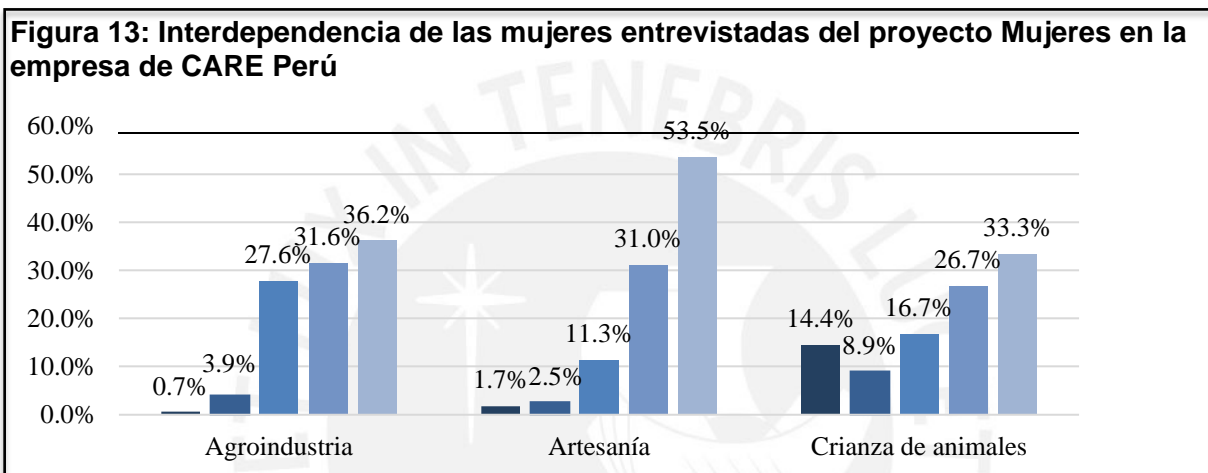
2.1.1. Grado de concientización

La concientización es la importancia del reconocimiento de la interdependencia entre ellas para concretarse en una red, es decir, la concientización de sí misma, del entorno y su relación con las demás. La figura 12 responde a la pregunta ¿Qué tanto en tu asociación las actividades que realiza una socia necesitan de un trabajo previo, de otra para terminar el producto final? En donde 5 es totalmente necesario y 1 nada necesario. Como se ve en el gráfico, un 63,1%, la gran mayoría, menciona que es muy y totalmente dependiente del trabajo de alguna compañera para proceder a hacer el suyo, mientras que solo un 18% indica ser más independiente con su trabajo.



La figura 13 nos muestra que en el caso de las mujeres artesanas, más de 84,5% dice ser dependiente del trabajo de sus compañeras y solo un 4,2% indica no depende de ninguna de ellas para sus labores. En el caso de las líderes artesanas, todas conocen cómo es el manejo del negocio y pueden dividirse las diferentes labores, sin embargo, en muchas ocasiones trabajan en una cadena de producción y dependen de un trabajo previo. En el caso

de la crianza de animales, el trabajo es diferente, ya que cada una cría sus propios animales en sus casas, pero se juntan para realizar las ventas grandes o buscar clientes. Por ello, a diferencia de los otros rubros, un 23,3% dice depender poco del trabajo de otras, pero al final más del 50% menciona necesitar el trabajo de sus compañeras. Por último, en el caso de la agroindustria, derivados del cacao, todas conocen sus actividades a desarrollar; sin embargo, solo pocas socias se encargan de actividades específicas y más complejas como la preparación del relleno. Debido a esto, solo un 4,6% alega no depender de sus compañeras, mientras que la gran mayoría se centra en necesitar el trabajo previo de sus compañeras porque trabajan en cadena de producción.



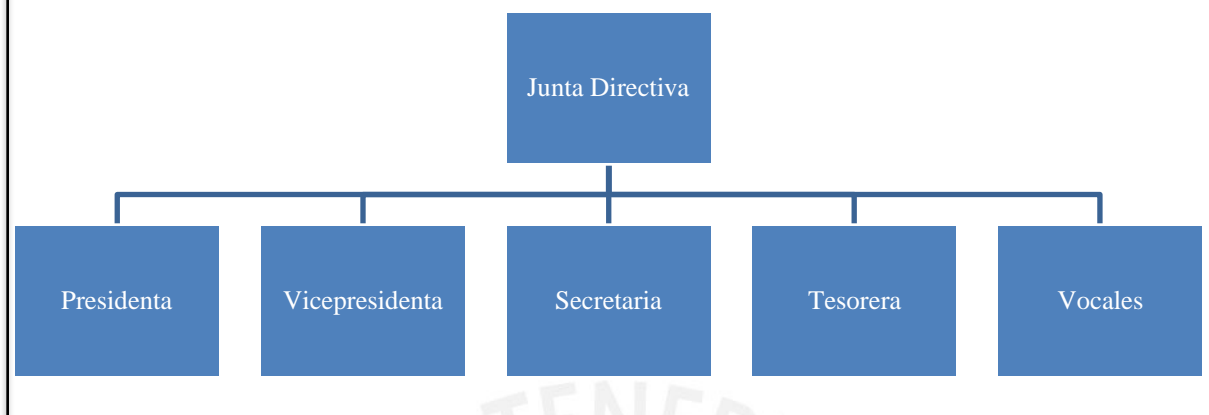
Se puede notar que hay una interdependencia entre ellas y son conscientes que se necesitan para lograr un buen producto, pero también requieren dividirse las tareas para cumplir con sus obligaciones familiares, esto hace más valioso el apoyo que se dan. Las mujeres tienen una labor en sus hogares, como lo indica la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Santa Rosa de Serran:

“Tenemos que hacernos espacio porque cuidamos a nuestros hijos y como amas de casa”.

2.1.2. Nivel de consenso-disenso

Respecto al nivel de consenso-disenso que es el nivel de acuerdo relativo a la diferenciación de rol o tarea en las organizaciones participantes. Es importante mencionar que todas las asociaciones poseen una Junta Directiva, que cuentan con una presidenta, vicepresidenta, una secretaria, una tesorera y una o dos vocales.

Figura 14: Organigrama de una asociación



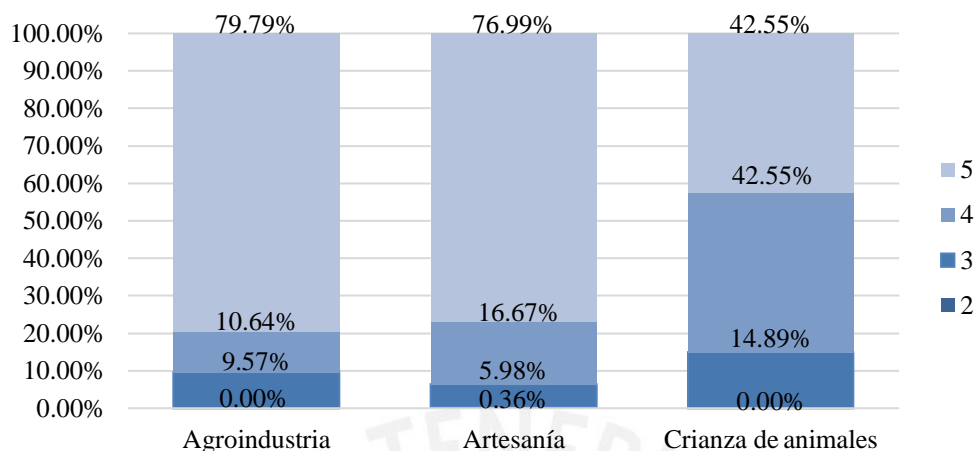
Respecto a las tareas, es la Junta Directiva quién se encarga de definir la organización de la asociación, pero todas tienen definidos sus roles y cuáles son sus responsabilidades. En el caso de la toma de decisiones, se hace por mayoría en las reuniones, así que son por consenso. Por otro lado, se genera un disenso al momento de decidir si se formalizan o no, debido a muchos temores y dudas de las emprendedoras, tal como lo expresa la líder de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios, quien comenta:

“Se complicaban porque no sabían qué era la formalización, se animaban y se desanimaban. Algunas pensaban que iban a perder su Pensión 65.”.

A pesar de este disenso que provocó demoras en el proceso, se alcanzó el consenso con ayuda de las capacitaciones de CARE Perú para poder lograr la formalización y todo depende de la disposición y motivación que tienen las socias por avanzar.

La figura 15 responde a la pregunta ¿Consideras que las decisiones de la asociación las toman todas juntas?, en donde el 1 representa que no están nada de acuerdo y el 5 que están muy de acuerdo. En el caso de artesanía, un casi 77% indica que las decisiones de la asociación se toman en consenso; mientras que menos del 1% por disenso. En la misma situación se encuentra agroindustria, en donde casi el 80% menciona estar de acuerdo con que las decisiones son tomadas por consenso y 0% señala lo contrario. En crianza de animales, solo un 42.55% alude estar totalmente de acuerdo, un 42.55% muy de acuerdo y un 14.89% es neutral.

Figura 15: Nivel de consenso-disenso de las mujeres entrevistadas del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú



Se concluye que las decisiones se toman entre todas, por mayoría y se respeta las opiniones diferentes. El tener capacitaciones y charlas provoca que ellas mismas cambien su pensamiento empresarial y aspiren a más cosas.

2.1.3. Cercanía geográfica

Como lo dice Busson (2012), la distancia facilita o inhibe las interacciones. En el caso de las asociaciones que forman parte del proyecto, todas tienen una cercanía geográfica, ya que es una de las condiciones en la primera fase al formar la asociación. Siendo uno de los pasos del modelo de asociatividad, la identificación de emprendedoras con negocios en marcha en las localidades de un mismo distrito. Es decir, todas forman parte de la misma comunidad.

2.1.4. Dependencia localizada

La dependencia localizada es el grado en que los recursos se obtienen o no en una sola área. En el rubro de artesanías, las que trabajan con cerámica consiguen sus materiales en Lima o en Ecuador porque es una cerámica especial; en el caso de paja toquilla, la materia prima viene de Ecuador y de Canchaco (sierra de Piura); en artesanía marina, Sechura y Talara, lo obtienen de su propio litoral; y artesanas de "chate" lo obtienen de la misma zona de Sullana. Por el lado de la agroindustria, derivados del cacao, consiguen sus materias primas en la misma comunidad. En el rubro de la crianza de animales, todo lo que es avícola (pavos, patos y pollos) viene de Trujillo y Lima, totalmente animales mejorados de proveedores establecidos en la mayoría de negocios.

Mayormente, las asociaciones entrevistadas consiguen sus materias primas en la región de Piura, ya que es un lugar rico en variedad de recursos; sin embargo, también pueden salir de la región o país para conseguir una mejor materia prima. Es importante

recalcar que CARE Perú identifica negocios que puedan explotar en sus propias comunidades, pues se pueden prevenir posibles riesgos de subida de precios y el funcionamiento del negocio.

2.1.5. Tamaño

Según lo que indica Busson (2012), cuanto mayor es el tamaño de la asociación, más débil el vínculo, tornando más superficiales las relaciones en la red. En la siguiente Tabla 22 se muestra la cantidad de socias que forman parte de las quince asociaciones entrevistadas:

Tabla 22: Asociaciones entrevistadas, rubro y número de mujeres participantes del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú

| Nombre de Asociación | Rubro | Nº de mujeres |
|---|---------------------|---------------|
| Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Perpetuo Socorro | Artesanía | 55 |
| Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de La Puerta | Artesanía | 44 |
| Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas | Artesanía | 17 |
| Asociación de Mujeres Artesanas y Productivas Multiservicios Sechura | Artesanía | 25 |
| Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac | Artesanía | 180 |
| Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo | Artesanía | 38 |
| Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Pilar | Artesanía | 60 |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME | Agroindustria | 13 |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Salitral | Agroindustria | 22 |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco | Agroindustria | 12 |
| Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes | Agroindustria | 15 |
| Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro | Crianza de animales | 6 |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Santa Rosa de Serran | Crianza de animales | 34 |
| Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serrán | Crianza de animales | 19 |
| Asociación de Mujeres líderes Emprendedoras del Caserío Río Viejo Norte | Crianza de animales | 50 |

A lo largo de las entrevistas se ha visto reflejado que la cantidad de socias que poseen las asociaciones son oportunas para el funcionamiento de la organización porque logran cubrir todas las funciones y demandas que requiere la asociación. Asimismo, el fin último es apoyarse entre todas, incluso no han tenido inconvenientes en que más mujeres se sumen a su asociación y el vínculo se sigue manteniendo entre todas las socias para un apoyo mutuo. Sin embargo, en el caso de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi

Maestro, la líder menciona que el ser pocas dificultan la división de responsabilidades, pero la relación sigue siendo muy buena.

El tamaño de la asociación, en el caso de las líderes entrevistadas, no influye en el vínculo que hay entre ellas porque saben organizarse y apoyarse entre sí, en muchos casos las beneficia. Sin embargo, el ser pocas sí dificulta el desarrollo de actividades, pero no la relación. Todo lo expuesto corresponde a la presentación de los resultados del cuestionario que ayudaron a describir las características de las asociaciones de emprendimientos femeninos. En los siguientes subcapítulos inicia el análisis sobre los beneficios de la asociatividad, así como los aspectos positivos y espacios de mejora de la formalización de las asociaciones.

2.2. Creación de valor de la asociatividad

Según González (2008 citado en Gómez 2011) los principales beneficios que busca la estrategia asociativa pueden dividirse en tres: financieros, organizacionales y comerciales. Dentro de la categoría de financieros tenemos el acceso a financiamiento y la mejora en la gestión productiva que genera una reducción en los costos; los beneficios organizacionales incluyen un mayor poder de negociación, mayor acceso a innovación tecnológica, reducción de brechas de género, desarrollo de nuevas habilidades y autonomía económica; y los beneficios comerciales comprenden el acceso a nuevos mercados y mayores ingresos como se aprecia en la Tabla 23.

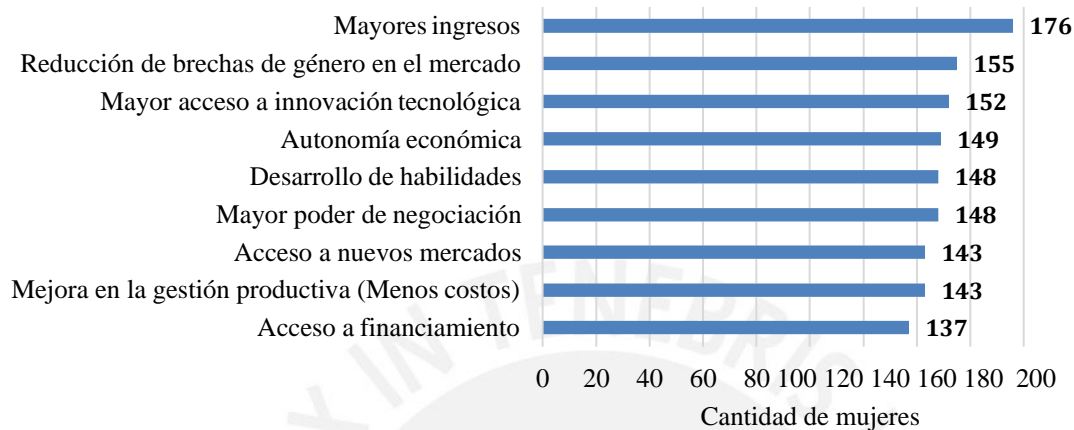
Tabla 23: Beneficios de la Asociatividad

| Categoría | Beneficios de la asociatividad | Tipo de valor |
|------------------|--|---------------|
| Financieros | Acceso a financiamiento | Económico |
| | Mejora en la gestión productiva (Menos costos) | Económico |
| Organizacionales | Mayor poder de negociación | Económico |
| | Mayor acceso a innovación tecnológica | Económico |
| | Reducción de brechas de género en el mercado | Social |
| | Desarrollo de habilidades | Social |
| | Autonomía económica | Social |
| Comerciales | Mayores ingresos | Económico |
| | Acceso a nuevos mercados | Económico |

Según la información recolectada en los cuestionarios (Figura 16), 176 mujeres perciben como principal beneficio de la asociatividad con mayor frecuencia a la obtención de mayores ingresos, seguido por la reducción de brechas de género en el mercado percibido por 155 mujeres, mayor acceso a innovación tecnológica por 152 encuestadas y autonomía económica por 149. Mientras que el beneficio de la asociatividad con menor frecuencia identificado en la recolección de datos fue el acceso a financiamiento y el siguiente con menor

puntaje es la ausencia de mejora en la gestión productiva que permita disminuir los costos en un empate con el beneficio de acceso a nuevos mercados. Como se aprecia, las mujeres identifican con mayor frecuencia al beneficio comercial, que abarca mayores ingresos, y los de menor frecuencia a los beneficios financieros.

Figura 16: Beneficios de la asociatividad más frecuentes

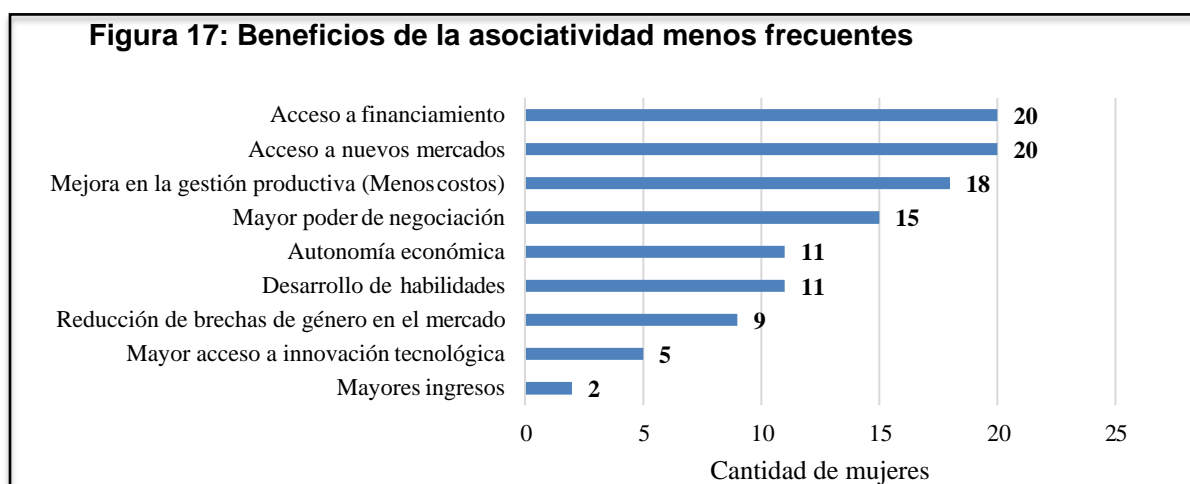


2.2.1. Financieros

Dentro de las entrevistas se encontró la existencia de Bancos Comunales como forma de financiamiento interno, no exclusivo para la compra de sus materiales, sino también para su uso personal. Es decir, no solo usan el dinero del banco comunal para invertir en materia prima, sino también para algún problema personal ajeno al negocio. Cabe recalcar que esto se encontró en el rubro de crianza de animales. Ellas comentan que tuvieron la oportunidad de asistir a una feria y conseguir dinero extra, por lo que decidieron utilizarlo como un fondo común para ellas. Muchas líderes entrevistadas comentaron que no acceden a créditos financieros como asociación porque las ventas son muy irregulares y tienen el temor de no poder cumplir con sus obligaciones. Los bancos comunales surgen como una opción de poder contar con crédito, teniendo en cuenta que el dinero proviene de la misma asociación, ellas son muy cumplidas con sus pagos y es una buena forma de sobrellevar las épocas de escasez económica. Este tipo de financiamiento surge con base en la asociatividad, ya que muestra el apoyo, la autosuficiencia y el trabajo en equipo; los bancos comunales representan eso para las mujeres que lo utilizan.

Como se mencionó anteriormente, las mujeres participantes del proyecto prefieren utilizar sus ahorros propios o tomar un préstamo a través de una persona natural, que mayormente sería a nombre de la líder; es decir, se saca un crédito a nombre suyo, pero es para toda la asociación; esto debido a que las ventas no son constantes y tienen miedo de no poder cumplir con las obligaciones y perjudicar a la asociación. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac comenta que:

“La presidenta ha sacado un préstamo, pero es para la asociación”.



Es importante empezar el párrafo indicando la existencia de una diferencia entre el acceso al financiamiento y su uso. La formalización de las asociaciones mejora el acceso a financiamiento; sin embargo, no hacen uso de los créditos ofrecidos por entidades bancarias. Existe preferencia por los préstamos individuales para reducir los riesgos de incumplimiento, no les conviene acceder a un crédito o aún no pueden acceder a uno. Ante esta situación, se ven asociaciones que han sabido aprovechar la red y han creado bancos comunales que no les cobra intereses altos y las apoyan en sus situaciones difíciles, además que existe la confianza de prestarse el dinero entre ellas. Esto se evidencia en la figura 17, donde el beneficio de la asociatividad menos frecuente es el acceso a financiamiento.

2.2.2. Organizacionales

Por el lado de los beneficios organizacionales, son cinco variables investigadas en los cuestionarios. Las mujeres emprendedoras consideran la reducción de brechas de género en el mercado como el beneficio organizacional de la asociatividad más frecuente, junto al mayor acceso a innovación tecnológica.

a. Autonomía económica y fortalecimiento de habilidades

Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018) menciona que el proceso asociativo permite fortalecer habilidades que no se desarrollan de forma individual y principalmente la autonomía económica. Las mujeres, a través de la asociatividad y formalización, no solo han logrado adquirir capacidades técnicas, sino también habilidades blandas como la cooperación y trabajo en equipo.

La líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro menciona que:

“Empezamos a trabajar unidas, nos conocimos más, empezamos a ser una familia hasta el día de hoy”.

Con relación a la autonomía económica, el incremento de los ingresos de las mujeres les permite tener más libertad económica, mejorando varios aspectos de su vida y hogar. Como menciona la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco, que ha mejorado un poco la libertad económica, aunque es poco les da la satisfacción de saber que son ellas las que lo han logrado. Esto es reforzado por la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta:

“A veces sus esposos no tienen ingresos y ellos las apoyan en el trabajo y con la ganancia apoyan al hogar”.

b. Poder de negociación con proveedores y clientes

Según la información recolectada, el poder de negociación es un beneficio medianamente valorado por las mujeres emprendedoras porque no producen volúmenes elevados que les permita negociar créditos o precios competitivos con sus proveedores. Como lo expresa la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Salitral, que no tienen una producción muy alta como para solicitar un préstamo, en el camino no iban a poder pagar. Por el lado de los clientes, gracias a las capacitaciones otorgadas en la asociación pueden entregar un producto mejor valorado por los clientes a quienes pueden cobrar un precio justo. Así lo recalca la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas y Productivas Multiservicio Sechura que los clientes se van contentos porque sus trabajos son buenos gracias a las capacitaciones.

c. Reducción de brechas de género en el mercado

En el caso de las mujeres del proyecto, varias han asumido cargos dentro de la organización de la asociación, que van cambiando cada año o dos años, según sea decisión de ellas. Sin embargo, la atención se ha centrado en la presidencia. Por su parte, una de las representantes de CARE (R. Rébora, comunicación personal, 7 de agosto de 2021) comenta que se les dio mucho peso a las presidentas dentro de las estructuras organizacionales. A la vez, la asociatividad y la formalización han contribuido a que la asociación tenga un mayor reconocimiento en la comunidad, lo que les ha abierto puertas para asumir cargos de importancia fuera de la asociación.

Por otro lado, la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac cuenta que: “A través de las artesanas ya son más conocidas, ya ocupan un cargo, son representantes de sus comunidades, también han salido regidoras que han sido artesanas”.

Si bien las socias pueden asumir cargos de toma de decisiones dentro de la organización, la atención se centra en la presidencia de la Junta Directiva, dejando de lado la

importancia de los otros cargos, esto muestra que debe haber más cambios dentro de las estructuras organizacionales que permitan una mayor participación de más socias.

d. Mayor acceso a innovación tecnológica

Las mujeres encuestadas aún no perciben un mayor acceso a innovación tecnológica como beneficio de la asociación porque valoran más la tradición en sus técnicas. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas Piura se inició en el arte de la cerámica en el año 1990, producto de una tradición familiar. Por su parte, la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta indica que:

“Las mujeres transmiten su tradición, trabajo, es un trabajo hecho a mano y es un producto de calidad”.

Con la asociatividad se encontró una mejora en la gestión empresarial, incluso más luego de formalizarse, ya que se crea una Junta directiva, lo que provoca el fortalecimiento de la organización y promueve el liderazgo local. Además, se ha generado un clima de confianza y seguridad, en donde las mujeres se sienten cómodas y lo que es más importante: realizadas. El constante intercambio de conocimientos influye también en el desarrollo de habilidades que poseen y que pueden transmitir a otras socias.

2.2.3. Comerciales

Los beneficios comerciales de la asociación son los más valorados dentro de las mujeres investigadas. Respecto al acceso a nuevos mercados, se encuentra el caso de la tienda Pirúa. Tal como lo describe la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas:

“CARE en Alianza con MINCETUR nos dieron un espacio en la Plaza de la Luna para vender nuestros productos. El Consorcio Pirúa se formó con otras asociaciones de Piura para poder vender de forma conjunta con una sola factura. La tienda la tuvimos casi como 1 año, donde cada asociación llevaba sus productos, y aparte les realizaban otros pedidos. El consorcio era conformado por 10 asociaciones que fueron seleccionadas dentro del grupo de asociaciones que CARE apoyaba”.

Como se menciona en la cita, esto fue una iniciativa que surgió para los emprendimientos que se encontraban en los niveles más avanzados; sin embargo, los pequeños no tuvieron esta opción y solo fue para el rubro de artesanía y agroindustria. En lo que la mayoría de las asociaciones formalizadas participaba era en las ferias, que era por lo que más ilusión les hacía formalizarse, ya que veían una forma de conseguir nuevos clientes y llegar a otras comunidades, incluso a Lima.

Por otro lado, en el caso de acceso a nuevos productos, es algo que CARE Perú desarrolla mucho en las asociaciones, siempre las motiva a crear nuevos productos, dependiendo del rubro en el que se encuentren. Por ejemplo, en la crianza de animales, ya no solo criar pollos o patos, sino ver otras opciones como los porcinos, siempre viendo las posibilidades del negocio. Algo que recalcan mucho las líderes, son las constantes capacitaciones técnicas que les brinda y lo mucho que van aprendiendo e implementando. Por el lado de la agroindustria y derivados de cacao, las incentivan a crear nuevos productos para ofrecer en las ferias; lo mismo sucede con las artesanías. Incluso se les enseña a hacer chifles para que puedan obtener un dinero extra.

La asociatividad genera valor porque ofrece la oportunidad de aprender en conjunto y apoyarse entre ellas, en muchos de los casos son las líderes quienes más capacitaciones reciben, pero también son las encargadas de transmitir ese conocimiento. Trabajar en grupo formando una red, les permite acceder a nuevos mercados y crear nuevos productos, lo que las hace más competitivas para obtener mayores ingresos.

Por otro lado, no todas las asociaciones han tenido la misma oportunidad, las líderes entrevistadas del rubro de crianza de animales comentaron que ellas no habían podido acceder a nuevos mercados. Tienen mucho conocimiento técnico aprendido de las capacitaciones, lo que ha mejorado sus animales, pero no han podido conseguir nuevos clientes y a veces les cuesta más seguir manteniendo su ganado. Asimismo, la asociatividad les ha permitido subcontratar sus productos, expandir su mercado y comercializar sus alimentos; sin embargo, hay asociaciones que aún no llegan a este nivel. Todas cuentan con capacitaciones técnicas que las ha ayudado a mejorar sus productos y a algunos les hace falta ese apoyo de las instituciones para conseguir nuevos mercados.

Las asociaciones del proyecto "Mujeres en la empresa" poseen una interdependencia entre ellas y son conscientes de que se necesitan para lograr un buen producto; además, las decisiones son tomadas, en gran medida, por la mayoría de las mujeres pertenecientes a la asociación. Por otro lado, las integrantes forman parte de la misma comunidad y trabajan mayormente con las materias primas de la región. Con respecto a los beneficios se pueden identificar el acceso a financiamiento y nuevos mercados, así como el desarrollo y fortalecimiento de nuevas habilidades. Se ha visto que la asociatividad, independientemente del número de mujeres de la asociación, ha contribuido en la mejora de los emprendimientos. En conclusión, la asociatividad genera valor económico y social por los beneficios derivados de la cooperación de las mujeres que funciona como una estrategia de crecimiento para los emprendimientos.

3. La formalización de las asociaciones y su generación de valor

Para lograr el objetivo general de la investigación es necesario también realizar una reconstrucción del proceso de formalización experimentado por las asociaciones de emprendimientos femeninos del proyecto, debido a que es nuestro referente para el estudio de esta investigación. Para ello es importante recordar qué es lo que se entiende por formalización; según el MINCIT – Ministerio de Comercio (2016), la formalización es un medio de inclusión económica y social para aumentar la productividad de las organizaciones y buscar su sostenibilidad. Por otro lado, también se analiza el estado actual de formalización de las asociaciones, y la generación de valor según lo propuesto por Rodríguez y Hernández (2014) sobre los beneficios de formalizar una organización, tanto económica como socialmente, para lo social se toma como referencia lo expuesto por SEKN (2006).

3.1. Proceso de formalización del proyecto

Para iniciar este subcapítulo, se analiza la estrategia del modelo de formalización del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú, revisando los hallazgos en cada una de las fases, contrastando las versiones de los representantes de la ONG con la de las líderes de las asociaciones y finalmente, presentando el estado actual de formalización de las asociaciones.

3.1.1. Asociaciones con formalización comercial y tributaria

El modelo de formalización desarrollado por CARE Perú en el proyecto “Mujeres en la empresa” incluye una serie de fases antes de concretar la formalización comercial y tributaria. Se hace un recorrido por cada una de estas fases para identificar, finalmente, los retos y oportunidades del proceso de formalización.

a. Identificación y primer acercamiento

Como se mencionó líneas arriba, las entrevistas fueron realizadas a quince asociaciones, de las cuales fueron siete las que experimentaron el proceso de formalización con CARE Perú. Este proceso inicia en la identificación de grupos de mujeres con negocios avanzados a través de una revisión de base de datos y visitas a dichas organizaciones. A partir de la entrevista con el Especialista en Incidencia (M. Mechato, comunicación personal, 8 de agosto de 2021) se conoce que la clasificación se da en tres categorías según la Tabla 24.

Tabla 24: Categorías de clasificación de emprendimientos del proyecto Mujeres en la empresa de CARE Perú.

| Categoría | Descripción |
|-----------|--|
| A | Manejo de producto, marca, empaque, logotipo y comprobante |
| B | Excelente acabado pero sin comprobante de pago |
| C | Idea de negocio o inicio de proceso productivo |

Elaboración propia

Durante estas visitas se da el primer acercamiento de la ONG con las mujeres emprendedoras, al respecto ellas comentan haber sentido desconfianza y miedo. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo cuenta su primera impresión:

“Al principio tuve miedo porque se veía como reto, pero nos pusimos a ver con la asociación que era lo mejor para nosotras”.

Esto es reforzado por el representante de CARE Perú, que comenta que la desconfianza se da por anteriores situaciones de estafa que sufrieron algunas mujeres emprendedoras.

La desconfianza fue mencionada por la líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro:

“Al inicio no creíamos, pero con la capacitación y visitas a Chulucanas la confianza fue creciendo”.

Estos sentimientos negativos se fueron diluyendo gracias a las reuniones organizadas por la ONG donde explicaban el objetivo del proyecto y los beneficios a los que accederán con la formalización. La líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes cuenta al respecto:

“La idea que llevaron era muy buena porque nunca habíamos escuchado estas propuestas, pero gracias a los ingenieros nos ayudaron a capacitarnos con las charlas”.

Otro grupo de mujeres tuvo entre sus primeras impresiones sentimientos positivos de optimismo y esperanza. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serrán expresa que estaban muy animadas para salir adelante porque el ingeniero trajo muchas ideas, este primer acercamiento las motivó en trabajar en sus emprendimientos y obtener retribuciones por ello, aplicando las ideas que les presentó CARE Perú. La presencia de la ONG les llevó la esperanza de llevar sus negocios hacia el crecimiento porque recibían más orientación y apoyo, a la que antes no tenían acceso. Por todo lo mencionado, en una primera

instancia el acercamiento de CARE Perú generó incertidumbre entre las mujeres, pero con el posterior accionar de la organización, se fue dando la predisposición para unirse al proyecto.

b. Promoción y sensibilización

La promoción y sensibilización de la formalización en los grupos de mujeres tuvo efectos positivos a pesar de la resistencia inicial. CARE Perú organizaba eventos para promover la formalización de micro y pequeñas empresas y talleres de sensibilización a las asociaciones de mujeres con emprendimientos empresariales. La estrategia estaba enfocada en mostrar los beneficios a los que pueden acceder si deciden ingresar al mundo formal y sobre todo el crecimiento de sus negocios.

Según los testimonios de los representantes de CARE Perú, se aprecia cuáles eran los principales beneficios mencionados en su estrategia para convencer a las mujeres. La coordinadora del proyecto de CARE Perú expone:

“Como parte de la sensibilización se les explicó cómo ellas podrían vender más, cómo podrían aprovechar las oportunidades de los fondos concursables si ellas estuvieran formalizadas. Lo más resaltante fue el fuerte interés en hacer crecer sus negocios (M. Barbis, comunicación personal, 8 de agosto de 2021)”.

En el caso de (M. Mechato, comunicación personal, 8 de agosto de 2021), comenta que empezó a hablar con las líderes por ser más influyentes, luego se pactaban reuniones para explicar con casos de éxito y expone cuál fue la narrativa utilizada para convencer, en su trabajo de campo, a las mujeres sobre la inserción al mundo formal:

“Así como estás, no vas a poder ser conocida en el mercado porque el mercado es clave al exigir comprobante. Si quisieras exportar no puedes, entrar a un concurso de PROCOMPITE en la municipalidad en el que van a ayudar a las artesanas, no puedes participar si no tienes la formalización. Por muy buenos productos que tienes, vas a tener limitaciones. Pero también es importante que ninguna de las personas con las que te vas a asociar esté en INFOCORP para aprovechar los beneficios de los programas”.

La respuesta esperada de los eventos y talleres de CARE Perú era que las mujeres se sientan motivadas y seguras de iniciar esta nueva etapa, por ello las incentivaron mostrando otros casos de éxito, con visitas constantes y llevando ideas de negocios. La experiencia vivida por la líder de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios expresa que:

“Nos visitaban bastante, nos llamaban, gracias a ellos aprendimos muchísimas cosas. Nos incentivaron en diferentes temas”.

En esa misma línea, otra líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco, refuerza:

“Fue una reunión con CARE y Cutivalú (reunión de 64 mujeres) en la que nos hicieron pensar. Lo positivo son las personas que vienen a apoyarnos con sus ideas de negocios, que nosotros no sabemos cómo empezar”.

Sin embargo, en algunos casos los esfuerzos de la ONG tuvieron que ser mayores por la resistencia de algunas mujeres. Al respecto se recolectaron dos testimonios que muestran cómo fueron desertando algunas integrantes de las asociaciones por falta de interés. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serran expresa:

“Venían a darnos eventos, la idea era continuar, pero se han ido desanimando porque al inicio eran 30 mujeres, ahora solo 19”.

Asimismo, la líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes indica:

“Solo nos animamos unas cuantas, a participar, hasta que nos organizamos. Es bueno estar atentas a las reuniones que hay, a veces vienen propuestas buenas, pero como no les damos importancia, lo dejan pasar y ahí se pierden oportunidades”.

También por el lado de CARE Perú, comenta el Especialista en Incidencia (M. Mechato comunicación personal, 8 de agosto de 2021) por qué las mujeres se desanimaban:

“Algunas no iban porque no querían formalizarse porque decían que su dinero se los va a manejar el presidente, el tesorero, o si el gerente se iba a llevar el dinero”.

Otra representante de CARE (R. Rébora, comunicación personal, 7 de agosto de 2021), menciona como factor influyente la zona en la que se desenvuelve la asociación:

“Influye también la zona, si son remotas es más difícil sensibilizar sobre la formalización porque el mismo entorno o mercado no se los exige aún, el negocio aún no lo demanda y es una barrera”.

Ante estas barreras, la estrategia para animar a estas mujeres fueron definir con claridad los derechos y deberes de todos los integrantes en los estatutos, además de enviar a consultores capacitados que transmitan seguridad a las socias y comuniquen efectivamente para que por voluntad propia decidan asociarse.

Según Benhassine et al., (2016) la formalización parece ofrecer beneficios limitados a las empresas, y los costos son altos, lo que sugiere que es poco probable que tales esfuerzos mejorados de formalización pasen las pruebas de costo-beneficio. Por ello, esta parte del proyecto fue clave para convencer a las mujeres que los beneficios reales de la formalización son mayores a los percibidos por falta de conocimiento.

c. Capacitaciones

Las capacitaciones fueron fundamentales en este grupo de mujeres que reconocían no tener dominio de los temas relacionados con la formalización. La periodicidad de las capacitaciones fue modificándose conforme los representantes de CARE Perú verificaban el aprendizaje de las mujeres. Una líder indica que fue semanal o cada quince días entre grupos grandes. Otra líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes cuenta que:

“Al inicio visitaban cada quince días, pero conforme las mujeres demostraban que estaban aprendiendo ya visitaban al mes. Para las capacitaciones juntaban a todas las mujeres para viajar a Piura con todos los viáticos pagados por CARE, allá se reunían todas las asociaciones de todos lados, pero algunas no tomaban empeño”.

Las capacitaciones estaban dirigidas tanto a las mujeres que estaban previamente formalizadas para darles la oportunidad de aprender más y las que estaban iniciando el proceso con la intervención de la ONG. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo dijo que:

“Ya estábamos formalizadas como asociación y luego CARE comenzó a dar charlas informativas y fuimos porque queríamos aprender más, nos incentivaron a organizarnos mejor”.

Mientras que las que iniciaban el proceso con CARE Perú requerían mayor esfuerzo y tiempo para aprender los temas que manifestaban desconocer por completo, la líder de Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta cuenta que:

“CARE nos capacitaba sobre cómo organizarnos como asociación y en nuestros negocios, ya que no contábamos con estos conocimientos. Poco a poco fuimos aprendiendo en base a las capacitaciones y seguimos adelante con la asociación”.

Los temas abordados en las capacitaciones no solo incluían formalización, sino a la vez información técnica propia de los rubros en los que se desenvuelven las asociaciones y refuerzo de beneficios transversales derivados de la formalización. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME asegura que CARE constantemente las capacitaba en liderazgo, asociatividad, igualdad de género, formalización y progreso.

Por su parte, otra líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Perpetuo Socorro comenta:

“Las capacitaciones brindadas consistían en liderazgo, marketing y como atender al cliente, capacitación en uso de redes sociales, como presentar el empaque de los productos, como organizarse para una feria y costos de los productos”.

Por otra parte, el éxito de las capacitaciones dependía también de la predisposición y empeño de las mujeres por aprender. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta cuenta que:

“En un principio no tenían mucha comunicación con CARE, a medida que ellas mismas se interesaron tuvieron una comunicación más fluida con Rita y recibieron más capacitaciones”.

Sin embargo, hay asociaciones que desperdiciaban la oportunidad otorgada, la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serran expresa que ha sido un descuido de la asociación no tomar con seriedad las capacitaciones. En este marco, el representante de CARE Perú, Manuel Mechato menciona la estrategia utilizada para estos casos:

“Para eso se hacían varios talleres, se tenían hasta que repetir. Lo importante es que todas las que se iban a formalizar tenían que conocer el tema porque si eran treinta asociadas, pero solo quince recibían la capacitación, entonces tendría que repetirse para las restantes”.

A la vez, existen testimonios de las líderes de las asociaciones que sí asistieron a las capacitaciones en el inicio del proyecto, pero desconocen algunos temas en los que fueron capacitadas, por ejemplo, el régimen tributario de su asociación. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo respondió:

“No sé el régimen, pero sé que entregamos facturas”.

El caso expone que, si bien CARE Perú se encarga de brindar las diversas capacitaciones, pero no de ver si el conocimiento se ha mantenido o interiorizado a lo largo del desarrollo de la asociación. Según lo desarrollado, las capacitaciones ayudan a reducir las brechas de conocimiento y se puede valorar la importancia de las diferentes capacitaciones que brinda CARE Perú, no solo respecto a la formalización, sino también en conocimientos técnicos y relacionados con la gestión de sus negocios, pero hace falta realizar reforzamientos.

d. Asistencia técnica y acompañamiento

La asistencia técnica y acompañamiento otorgado en el mismo proceso significó un apoyo decisivo para concretar la formalización de las asociaciones. Este consistía en dar asesoría legal para el proceso de formalización a las líderes de las asociaciones interesadas para formalizarse, acompañamiento durante el proceso para lograr el objetivo de formalización y seguimiento posterior. La asesoría legal fue necesaria para la formalización comercial, sobre todo en registros públicos, así la líder de Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro, manifiesta:

“Para el registro nos apoyaron con el abogado, pusieron una parte del dinero, siempre con ayuda del ingeniero Mechato”.

Lo cual coincide con lo mencionado por el representante de CARE Perú (M. Mechato, comunicación personal, 8 de agosto de 2021), acerca del acompañamiento durante el proceso:

“Los consultores de CARE siempre hemos estado apoyando el proceso, nosotros acompañábamos a registros públicos o al notario. El proyecto en algunos casos apoyó con algunos incentivos para inscribir a algunas organizaciones”.

En lo referente al acompañamiento durante el proceso, este consistía en dar soporte y seguridad a las mujeres, las cuales en su totalidad se mostraron muy agradecidas por el apoyo de CARE Perú. Al respecto, la líder de Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta expone:

“CARE nos apoyó para que nos volvámos a organizar, formar la directiva nuevamente y también registrarnos en registros públicos y también activar el Registro Nacional de Artesanos (RNA)”.

El seguimiento posterior al proceso implica un acompañamiento para asegurar el funcionamiento de la asociación empresarial formalizada e incluso este vínculo sigue vigente en algunos casos hasta la fecha del recojo de información. La experiencia de la líder de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios confirma que hasta hace poco han trabajado con Manuel Mechato, quien tiene comunicación con ellas. Asimismo, recalcan el apoyo emocional recibido como parte del acompañamiento. La líder de Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo indica:

“Siempre nos han seguido ayudando motivacionalmente para formalizar, siempre daban capacitaciones y ayuda en presupuesto, autoestima, emocional a todas las mujeres”.

En esa misma línea la Coordinadora del proyecto de CARE Perú expresa:

“El acompañamiento luego de formalizar siempre está en monitorear los cumplimientos asumidos como pagos de impuestos o declaraciones (M. Barbis, comunicación personal, 8 de agosto de 2021)”.

Sin embargo, se pudo comprobar que este tipo de acompañamiento no abarcó a todas las asociaciones, puesto que hay algunas que no pagan sus impuestos, lo que se desarrolla en el subcapítulo estado actual de la formalización. Como se aprecia, esta parte del proyecto fue más constante antes del proceso que impulsó incluso la decisión final, pero en menor medida posterior a este.

e. Formalización comercial

Referente al proceso de formalización en sí, la formalización comercial fue la primera en ser abordada por la ONG. En el proyecto, este consta de 4 pasos iniciando con la búsqueda y reserva del nombre ante la SUNARP, elaboración de la minuta de constitución por un abogado en el que se define el giro del negocio, los aportes monetarios, el estatuto y tipo societario; escritura pública ante un notario que da fe de que el Acto Constitutivo es legal; y la inscripción en registros públicos donde ingresan los documentos preparados en los tres pasos anteriores. Lo expuesto coincide con lo revisado en el marco contextual, donde según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018) se menciona la misma cantidad de pasos para las personas jurídicas.

Como se ha expresado anteriormente, son siete asociaciones que atravesaron por este proceso de formalización comercial en el marco del proyecto de CARE Perú, las ocho restantes habían realizado este procedimiento con antelación al acercamiento de la ONG. En relación con la percepción de las mujeres emprendedoras sobre el proceso de formalización comercial, este resultó más complicado que la tributaria. La cantidad de pasos entre los dos tipos de formalización es desproporcional porque la tributaria solo consta de un paso y la comercial incluye cuatro, esto implica mayor cantidad de aprendizaje, tiempo, recursos económicos y consensos en esta parte del proceso. Fue una de las dificultades y al respecto la líder de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios explica:

“Nos complicamos con registros públicos porque no sabíamos qué era, nos animamos y nos desanimamos en el proceso. Algunas pensaban que iban a perder su Pensión 65”.

Acerca de la complicación relacionada con el tiempo, la líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro expresa:

“Fue muy complicado todo el proceso porque no disponíamos del tiempo y teníamos que ir hasta Piura. La mayor dificultad es que no disponíamos del dinero”.

Asimismo, los limitados recursos económicos significaron una dificultad, ya que la formalización implica trámites y servicios notariales que pagar. En este marco, era necesario que las mujeres llegasen a un acuerdo respecto al nombre de la asociación, representante legal, filtro de socias que no figuren en Infocorp y el tipo societario (EIRL, SA, SAC); sin embargo, llegar a un consenso implicó otra barrera en el proceso, puesto que previamente se daba un disenso.

Un testimonio que remarca lo nombrado, es de la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco, que lo explica así:

“El registro porque era más complicado, por un lado, para las mismas socias que formaban parte de la asociación por los celos de que una sea más importante que la otra, es un atraso para alguien que quiere formar una asociación. Había división, no había consenso al inicio”.

En el caso de los representantes de CARE Perú, (M. Barbis, comunicación personal, 8 de agosto de 2021), indica cuál es el paso que considera resultó más complicado para las mujeres:

“La descripción de registros públicos por la decisión que tienen que tomar las asociadas en inscribirse y también en inscribir a aquellas que no estén en Infocorp”.

El aspecto positivo del proceso es el reconocimiento de las asociaciones sobre el papel de CARE Perú para afrontar estas complicaciones, pues recalcan que sin CARE Perú probablemente no lo hubieran logrado o la duración sería mayor. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo comenta que CARE las ayudó con los formularios y papeleos, aparte de la capacitación.

Respecto a la duración del proceso de formalización, el mínimo tiempo encontrado en las entrevistadas fue una semana y el máximo de dos meses. Este tiempo, que se prolongó hasta dos meses, se vio influenciado por las demoras en ponerse de acuerdo, conseguir el dinero requerido y aprender sobre la marcha. El Especialista en Incidencia (M. Mechato, comunicación personal, 8 de agosto de 2021), difiere en el tiempo promedio alegando que también influye si los documentos a presentar están habilitados correctamente o según los planes de contingencia que prepara el consultor ante posibles problemas con la documentación:

“El promedio que puede durar es de uno a tres meses, eso depende de las barreras que ellas presenten como asociación, así como de la información y documentos que tienen habilitados, por ejemplo: no llevar DNI antiguos o segundas opciones de nombres de asociación en caso de rechazo, y eso demora. Para eso es necesario que el consultor domine el tema y tenga plan de contingencia porque también pasa que las asociadas se aburren si demora mucho, incluso la directiva porque tiene que dar explicaciones por los aportes económicos que dieron las asociadas”.

Según lo expuesto, el proceso de formalización comercial significó un mayor reto para las mujeres emprendedoras del proyecto, extendiendo la duración incluso, pero finalmente, lograron superarlos gracias al soporte continuo de CARE Perú que las impulsó a afrontar la adversidad de este nuevo escenario, aprendiendo en el camino y transformando los disensos en consensos.

f. Formalización tributaria

En el caso del proceso de formalización tributaria, este consta de un paso con la obtención del RUC (Registro Único del Contribuyente) ante la SUNAT para iniciar operaciones de compra y venta. Son once las asociaciones que han pasado por una formalización tributaria, de las cuales siete asociaciones no formaron parte del proceso de formalización con CARE, y tres sí atravesaron específicamente el proceso de formalización tributaria gracias a la influencia de CARE Perú. Las cuatro asociaciones que no están formalizadas tributariamente pertenecen a la línea de negocio de crianza de animales ubicadas en zonas alejadas de la ciudad de Piura, cuyos entornos comerciales aún no les exigen este tipo de formalización.

Las líderes entrevistadas contaron su experiencia en este proceso con el acompañamiento de CARE Perú. En comparación con la formalización comercial, la formalización tributaria les parece menos complicado, además que cuentan con previas experiencias en manejo de boletas asociadas a este tipo de formalización, la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac indica que:

“Lo del RUC me pareció más sencillo porque ya lo venían manejando años, era para cambiar de dirección para las boletas”.

A la vez, las mujeres emprendedoras de las asociaciones contaron que para concretar el proceso de formalización tributaria debían acudir a Piura, pero en este caso no involucra ninguna complicación con el manejo de sus tiempos, puesto que, la obtención del RUC es más rápida; además el acompañamiento les daba el soporte necesario. En ese sentido, la líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes (ubicada en Viña Grande - Chulucanas - Morropón) expresó que fueron a Piura con CARE quienes se portaron muy atentos, por eso no encontraron complicaciones en el proceso. Los testimonios recogidos coinciden con lo expuesto por CARE Perú, que indican que la obtención y activación del RUC es inmediata y sencilla.

g. Retos y oportunidades del proceso

A lo largo de la experiencia se presentaron retos que extendieron la duración del proceso de formalización y oportunidades que aprovecharon para tomar impulso empresarial. Uno de los mayores retos que manifiestan las mujeres de las asociaciones fueron económicos, no contar con el efectivo suficiente para los trámites generó retrasos, a pesar de que en algunos casos CARE aportó una parte del dinero requerido.

Otro de los mayores retos presentados fue la falta de consenso inicial dentro de la asociación para formalizarse, mientras que, por un lado, algunas estaban comprometidas,

otras no mostraban interés. La líder de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios comenta:

“Unas se animan y otras se desaniman. Algunas señoras no se reunían porque pensaban que era una pérdida de tiempo, pero se dieron cuenta que podían generar sus ingresos por sus propios medios, generar algo para el hogar”.

Asimismo, un reto manifestado por dos mujeres entrevistadas fue que no se concretaron los acuerdos comerciales prometidos por CARE Perú a pesar de los esfuerzos, como parte del acompañamiento posterior al proceso de formalización. La líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro expresa:

“Necesitábamos apoyo, CARE se comprometió a buscarnos compradores en Ecuador y no se logró ese acuerdo. Nos prometieron ayudarnos a conseguir clientes”.

Mientras que, por el lado de las oportunidades, las líderes se muestran muy agradecidas al respecto. Una de las oportunidades fue dar impulso a las asociaciones ya formalizadas, la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo comenta que:

“Lo más resaltante fue la concientización en la formalización. CARE fue un gran impulso, la asociación ya lleva mucho tiempo y CARE ayudó a reactivar y enfatizar. La motivación que nos dio para continuar con el arte nos ayudó bastante a continuar, estamos muy agradecidas”.

Otra oportunidad brindada fue llevar a cabo capacitaciones para reducir las brechas de conocimiento respecto a la formalización y emprendimiento. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta cuenta que gracias al apoyo de CARE aprendieron los pasos sobre cómo formalizarse, e ir a las mismas instituciones públicas. En esa misma línea, la líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro expresa que las asesorías, capacitaciones, apoyo, siempre han estado en todo momento con temas de emprendimiento y liderazgo. CARE Perú es recordado con mucha gratitud entre las mujeres de las asociaciones, conscientes de las grandes oportunidades que les llevaron, además de los esfuerzos constantes para superar los retos.

3.2. Estado actual de formalización de las asociaciones

Se es informal en ciertas dimensiones y cierta medida, existiendo diversos grados de legalidad asociados al cumplimiento de las normas establecidas (Robles et al, 2001). Es decir, existen niveles de formalización en donde se cumplen solo algunos criterios de las normas legales, no se es formal del todo, por ello los autores nos hablan de niveles de legalidad. En este contexto, se ven cuatro criterios importantes para identificar el grado de cumplimiento o nivel de legalidad, los dos primeros relacionados con la formalización tributaria y los dos últimos, a la comercial.

- 1) Tener identificación fiscal
- 2) Pagar los impuestos tributarios
- 3) Tener licencia de funcionamiento
- 4) Pagar los impuestos municipales.

En primer lugar, las asociaciones que atravesaron por un proceso de formalización tributaria son once y las que no, son cuatro. Por el lado de las cuatro asociaciones que no tienen formalización tributaria, nunca han tenido este tipo de formalización, puesto que, pertenecen a la línea de negocio de crianza de animales en la cual el entorno comercial no exige aún este tipo de formalización, como ya se mencionó previamente, por encontrarse en zonas alejadas de la ciudad de Piura. Sobre ello, la líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro comenta que:

“En el campo no hay fiscalización, tampoco hay beneficios, no pagamos impuestos”.

Por el lado de las once asociaciones formalizadas tributariamente, en la actualidad una ya no cuenta con RUC activo. Asimismo, del total de mujeres entrevistadas (quince) solo la mitad pagan impuestos hasta la actualidad. En ambos casos, manifiestan que se vieron afectadas en sus ventas por la pandemia, por lo que no declaran ante la SUNAT los meses que no tienen ingresos. En contraste, hay asociaciones que igual asumen el compromiso tributario, como lo expresa la líder de la Asociación Mujeres Artesanas Hacia el Mundo confirma que:

“Una de las desventajas de la formalización es que cuando a veces no hay venta, igual se tiene que pagar los impuestos”.

Tabla 25: Estado actual de formalización tributaria de las asociaciones

| Nombre de la asociación | Línea de Negocio | Formalización tributaria | Identificación fiscal (RUC) vigente | Pago de impuestos tributarios | Régimen tributario |
|---|----------------------------|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Mujeres Artesanas Virgen del Perpetuo Socorro | Artesanía en paja toquilla | Sí | Sí | Sí | (RER) |
| Mujeres Artesanas de Chulucanas | Artesanía en cerámica | Sí | Sí | Sí | (RER) |
| Mujeres Artesanas y Productivas Multiservicio de Sechura | Artesanía marina | Sí | Sí | Sí | (RER) |
| Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME | Agroindustria - cacao | Sí | Sí | Sí | (RER) |
| Mujeres Artesanas Hacia el Mundo | Artesanía en cerámica | Sí | Sí | Sí | No sabe / pero emiten facturas |
| Mujeres Artesanas de Nariwualac | Artesanía en paja toquilla | Sí | Sí | Sí | No específica / pero emiten facturas |
| Mujeres Emprendedoras de Salitral | Agroindustria | Sí | Sí | Sí | (RER) |
| Mujeres Líderes Emprendedoras del Caserío Río Viejo Norte | Artesanía en paja toquilla | Sí | Sí | Sí | No específica / pero emiten facturas |
| Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta | Artesanía en paja toquilla | Sí | Sí | No | (RER) |
| Mujeres Virgen de Las Mercedes | Agroindustria - chifles | Sí | Sí | No | Nuevo RUS |
| Mujeres emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco | Agroindustria - cacao | Sí | Sí (no activo) | No | No sabe |
| Pequeños productores agropecuarios | Crianza de animales | No | No | No | No aplica |
| Mujeres Emprendedoras de Serrán | Crianza de animales | No | No | No | No aplica |
| Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro | Crianza de animales | No | No | No | No aplica |
| Mujeres Artesanas Virgen del Pilar | Crianza de animales | No | No | No | No aplica |

Cabe resaltar que CARE Perú manifiesta que realiza un acompañamiento posterior a la formalización para monitorear el cumplimiento de los compromisos, sin embargo, se han encontrado a estas seis asociaciones que no pagan los impuestos tributarios y una que no

tiene el RUC activo. En la tabla 18 se aprecia en orden descendente a las asociaciones, desde el mayor grado de cumplimiento, en su mayoría artesanía, hasta el menor grado, todas de crianza de animales.

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018) se debe elegir el régimen tributario al cual se acogerá para el pago de los impuestos en base a los ingresos y la actividad del negocio. En el 2020, existen cuatro regímenes tributarios en Perú: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG). En las asociaciones entrevistadas, de estos cuatro regímenes se han encontrado solo dos (RER) y (NRUS). Cinco de ellas pertenecen al Régimen Especial de la Renta (RER), una al nuevo RUS; además, tres de las líderes entrevistadas dijeron que no saben el régimen al cual pertenecen, sin embargo, dos de ellas dijeron que sí emiten facturas.

En segundo lugar, las asociaciones que cuentan con formalización comercial son diez y las que no, son dos. Las dos asociaciones que actualmente no cuentan con formalización comercial sí obtuvieron la formalización con CARE Perú con anterioridad. Ambas asociaciones pertenecen al rubro de crianza de animales, y la razón por la cual ya no se encuentran formalizadas comercialmente es que no la han actualizado. Al respecto, la líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro menciona que se debe actualizar la formalización si hay cambio de directiva para que puedan seguir formales y realicen trámites con normalidad. Se puede observar en la tabla 19 a las asociaciones que tienen mayor grado de cumplimiento comercial en la parte superior y va descendiendo hasta la de menor grado.

Por el lado de las diez asociaciones formalizadas comercialmente, tres no tienen una licencia de funcionamiento vigente. Entre los motivos mencionados se resalta nuevamente el efecto negativo de la pandemia Covid-19, por lo que no es necesario contar con un local o taller por la reducción de las ventas, según la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta comenta que no cuentan con taller por la pandemia, ya que la asociación no tiene ventas, pero la presidenta tiene sus propias ventas de sus clientes particulares. Sin embargo, en los hallazgos se aprecia que hay asociaciones de este rubro que continúan cumplimiento con la licencia. Otra asociación que tampoco tiene licencia de funcionamiento vigente, la Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas, expresa que las artesanas se han perjudicado:

“Ahora por pandemia no estamos realizando muchas actividades ni reuniones, salvo eventualmente por motivo de seguridad de las socias. Además, por el momento no hay pedidos y tampoco estamos participando en ferias, ni recibimos clientes en los talleres. La pandemia

ha perjudicado a un 80% de las artesanas, ya que la artesanía no es un producto de primera necesidad”.

En tercer lugar, ninguno de los emprendimientos que forman parte de las doce asociaciones analizadas cuentan con colaboradores, por ende, las asociaciones no gozan de la formalización laboral. Además de ello, tampoco existe una planificación para este tipo de formalización. La razón principal es que los emprendimientos son desarrollados por cada una de las mujeres asociadas, o trabajan en conjunto con sus familias.

Tabla 26: Estado actual de formalización comercial

| Nombre de la asociación | Línea de negocio | Formalización Comercial | Licencia de funcionamiento |
|---|----------------------------|-------------------------|----------------------------|
| Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME | Agroindustria - cacao | Sí | Sí |
| Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco | Agroindustria - cacao | Sí | Sí |
| Mujeres Virgen de Las Mercedes | Agroindustria - chifles | Sí | Sí |
| Mujeres Artesanas y Productivas Multiservicio de Sechura | Artesanía marina | Sí | Sí |
| Mujeres Emprendedoras de Serran | Crianza de animales | Sí | Sí |
| Mujeres Artesanas Hacia el Mundo | Artesanía en cerámica | Sí | Sí |
| Mujeres Artesanas de Ñariwualac | Artesanía en paja toquilla | Sí | Sí |
| Mujeres Artesanas virgen del Perpetuo Socorro | Artesanía en paja toquilla | Sí | No |
| Mujeres Artesanas Virgen de la Puerta | Artesanía en paja toquilla | Sí | No |
| Mujeres Artesanas de Chulucanas | Artesanía en cerámica | Sí | No |
| Mujeres Emprendedoras de Salitral | Agroindustria | Sí | No |
| Mujeres líderes Emprendedoras del Caserío Río Viejo Norte | Artesanía en paja toquilla | Sí | No |
| Mujeres Artesanas Virgen del Pilar | Crianza de animales | Sí | No |
| Pequeños Productores Agropecuarios | Crianza de animales | No | No |
| Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro | Crianza de animales | No | No |

El representante de CARE Perú, (M. Mechato, comunicación personal, 8 de agosto de 2021), coincide en esta visión de que la formalización debe entenderse como una decisión para asumir compromisos, por ello menciona:

La formalización debe darse en todas las instancias, primero como organización, luego como proceso productivo y tres en todo lo que son las ventas. Yo puedo estar inscrito como organización formal, pero no estoy formalizada si no tengo registro sanitario. Todo tiene que

estar totalmente formalizado en todas las instancias y también cumplir con las obligaciones que vas a asumir al momento de formalizarte. Al sacar RUC tengo que declarar y pagar impuestos, si no soy formal.

Asimismo, según la OIT (2015) las empresas de menor tamaño operan en distintos niveles de informalidad, cumpliendo con algunas normas, pero no con otras, ya sea por elección o por falta de conocimiento. Esto se puede apreciar en las asociaciones de la línea de negocio de crianza de animales, que en su mayoría no cumplen con ninguno de los dos tipos de formalización revisados, teniendo el menor grado de cumplimiento en el análisis realizado.

Como se aprecia, se corrobora la teoría que hay asociaciones que no son del todo formales ni informales, algunas obtuvieron su formalización comercial en registros públicos, pero actualmente no tienen licencia de funcionamiento vigente. Mientras que, en el aspecto tributario, se formalizaron en este tipo, y no tienen un RUC vigente, así como tampoco pagan impuestos. Pero, además, en el otro extremo existen asociaciones del todo formales y también del todo informales.

3.3. Creación de valor de las asociaciones a partir de la formalización

El desarrollo de este apartado se elabora según lo propuesto por Rodríguez y Hernández (2014) acerca de las ventajas de formalizar una organización, que ayudan a analizar la relación de la formalización con el valor económico en las asociaciones de emprendimientos. A su vez, se incluye la generación de valor social expuesta por SEKN (2006). Es decir, se analiza el valor económico y social generado en las asociaciones tras la formalización, a través de los beneficios percibidos según la información recopilada a los líderes de las asociaciones. Tal como lo indica McCaig y Nanowski (2019) las empresas pueden comparar los beneficios potenciales de la formalización, como un mejor acceso al crédito, una base de clientes más amplia, un menor riesgo de multas, entre otros, con los costos potenciales.

A continuación, se expondrán diez variables a detalle en cada una de las quince asociaciones entrevistadas, las cuales están divididas en siete asociaciones que pertenecen al rubro de artesanía, cuatro al rubro de agroindustria y las cuatro restantes al rubro de crianza de animales.

3.3.1. Contrataciones

Rodríguez y Hernández (2014) comenta que uno de los beneficios de la formalización es que podrán participar en concursos públicos y adjudicaciones como proveedor del Estado; así como también contratar con empresas privadas. Lo mencionado se puede corroborar en las asociaciones participantes, puesto que las contrataciones con el Estado y/o empresas

privadas representaron un beneficio para la mayoría de las asociaciones que están formalizadas del presente estudio. Según las entrevistas realizadas, tres asociaciones tuvieron contrataciones con el Estado y cinco lograron contrataciones con empresas privadas.

En lo referente al rubro artesanía, de las siete asociaciones entrevistadas, solo dos obtuvieron contrataciones con el Estado, específicamente en las municipalidades. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Pilar comenta que las municipalidades les compran y para participar en las tiendas virtuales les solicitan tener boletas y facturas. Las municipalidades realizan la compra de sombreros de paja toquilla cuando reciben autoridades de visita, esto muestra que en las actividades productivas que pertenecen a artesanía, se presentan más oportunidades para tratos comerciales con el Estado municipal por el tipo de producto que comercializan. Por otro lado, las cinco asociaciones de artesanía restantes que no tuvieron contrataciones con el Estado mencionaron como principal barrera los excesivos requisitos para las licitaciones. El especialista en Incidencia de CARE Perú de Piura menciona “El Estado pide muchos requisitos, es más complicado, pide un mínimo de experiencia”.

Mientras que las asociaciones que realizaron contrataciones con empresas privadas del rubro artesanía fueron cuatro, el doble de lo alcanzado con el Estado. Las entrevistadas expresan que las empresas privadas saben valorar más el trabajo artesanal y gracias a la creación de su marca de manera formal han accedido a este tipo de contrataciones, como lo recalca la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac:

“Mediante la marca si hemos contratado con empresas privadas: sombreros y accesorios. Ellos saben valorar lo que es hecho a mano, saben que es un producto de Piura, Catacaos”.

Para el rubro de agroindustria, de un total de cuatro asociaciones, solo una dedicada a derivados del cacao, contrató con el Estado. El resto tiene la percepción del proceso como poco accesible por la falta de difusión de concursos y, al igual que el rubro de artesanía, hace énfasis en la burocracia por la cantidad de requisitos, tal como lo comenta la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco que afirma:

“Son pocas las oportunidades de trabajar con el Estado porque no nos enteramos o piden muchos requisitos”.

Asimismo, consideran que son escasas las ocasiones que se presentan porque el Estado central no compra los productos que las asociaciones producen o porque no cuentan con registro sanitario que da el respaldo del alimento. La líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes lo corrobora así:

“Ninguna opción de contratar con el Estado. No se presentó la oportunidad porque vendemos chifles y el Estado no compra eso”.

Por el lado de las asociaciones del rubro de agroindustria que tuvieron contrataciones con empresas privadas, solo dos asociaciones tuvieron el beneficio, que también producen derivados del cacao. Una de ellas, entregó productos a algunos influencers, gracias al contacto que CARE realizó con H&M, obteniendo una compra alta, pero no hubo continuidad en futuras compras ni crecimiento en redes sociales, debido a la poca capacitación en estos temas y que aún era pronto para algunas asociaciones. La especialista de Comunicaciones e Incidencias del proyecto comenta que no estaban listas para el tipo de demanda, no por sus habilidades, sino que se sentían inseguras y perdidas. Aquí se aprecia un nivel bajo de maduración de la asociación que no está preparada para altas demandas por falta de capacitación.

La Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco, dedicada a la producción de derivados del cacao, contrata con clientes privados que solicitan el producto solo forrado en platino para que los clientes coloquen sus propias marcas. Esto refuerza la premisa que, en la línea de negocio derivados del cacao, se obtienen más beneficios en comparación que mermeladas y chifles (agroindustria). Por último, en el sector de crianza de animales no hubo ninguna oportunidad de contrataciones en todas las asociaciones estudiadas. Esto debido a que todas las asociaciones no están formalizadas tributariamente, sus clientes no les piden algún tipo de comprobante formal.

Finalmente, el autor nos dice que la formalización les permitirá a las organizaciones contratar con el Estado; esto se ve reflejado en primer lugar en el rubro de artesanía, seguido de agroindustria. Existen barreras que impiden que esto no se logre, como los excesivos requisitos que pide el Estado, la valoración de sus productos y la falta de difusión de concursos. Asimismo, se aprecia que la venta de los productos se logró solo con municipalidades, no obteniendo oportunidades ni en los gobiernos regionales, ni ministerios que representan el poder central del Estado. Esto involucra una tarea pendiente por parte de este agente externo.

Por el lado de ventas a empresas privadas, se evidencia la falta capacidad para atender la demanda y dar continuidad. El nivel de madurez de las asociaciones del estudio, en la mayoría de los casos, no es alto, por lo que estos beneficios no son sostenibles en el tiempo luego de formalizarse. En términos generales, se aprecia que, al comparar las contrataciones del Estado con las de empresas privadas, hay más proporción a favor de las empresas privadas, y según la línea de negocio habrá más oportunidades de contrataciones.

3.3.2. Acceso y uso de créditos financieros

Como ya se mencionó anteriormente en el primer apartado de este capítulo, posterior a la formalización de las asociaciones, las mujeres emprendedoras han identificado cambios positivos en el acceso a créditos de entidades financieras. Se aprecia que, del total de quince asociaciones entrevistadas, trece sostienen que sí tienen acceso a créditos después de su proceso de formalización, ya que los bancos y otras entidades les han ofrecido préstamos. Sin embargo, solo dos asociaciones han hecho uso de este beneficio.

Para el rubro de artesanía, fueron seis asociaciones a las que les ofrecieron financiamiento y solo una de ellas aceptó por única vez, pues se presentaron problemas para pagar. Esta fue la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac que obtuvo un préstamo, pero debido al acontecimiento del Fenómeno del Niño, las emprendedoras tuvieron que refinanciar la deuda y continúan pagando actualmente, después de eso no han solicitado otro préstamo como asociación. Respecto a las cinco asociaciones del rubro de artesanía que tuvieron acceso al crédito y a pesar de ello, no aceptaron se han identificado los motivos de rechazo. Existe temor al incumplimiento de alguna socia, en caso de aceptar algún crédito y alguna socia incumpla con el pago, las demás deberían asumir la responsabilidad financiera. Esto muestra que la asociatividad no es tan fuerte porque existen bajos niveles de confianza. También otras asociaciones de artesanas rechazan el uso del crédito porque tienen un capital de trabajo seguro a base de fondos propios, y no tienen la necesidad del crédito.

En el caso de las asociaciones pertenecientes al rubro de agroindustria fueron tres las que tuvieron acceso a préstamos financieros y ninguna lo aceptó. Las líderes que rechazaron las propuestas financieras expresan que las ventas no son lo suficientemente altas o constantes como para requerir créditos que impliquen una alta inversión, así lo sustenta la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires – ASDEME:

“No sacamos créditos porque no queremos endeudarnos. Hay meses que se vende y hay meses que no”.

A su vez, la única asociación de agroindustria que no tuvo acceso a financiamiento en entidades menciona que se financian con recursos propios y que el banco no les ha ofrecido crédito porque no tienen las ventas suficientes como para poder acceder a un crédito por lo que buscan otras formas de financiarse apoyándose entre ellas y sus propios recursos, así lo indica la líder de la Asociación de Mujeres Virgen de las Mercedes.

Por el lado de crianza de animales, les ofrecieron crédito a las cuatro asociaciones entrevistadas y una accedió al préstamo. La Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro usó el crédito ofrecido, cuya líder asegura que se aceptó el préstamo por la baja tasa de interés, pero fue la única vez, en adelante, no se repitió el uso de créditos del sector financiero:

“Al inicio hicimos un convenio a bajo costo con Scotiabank con 1% de interés, pero desde ahí no”.

Las demás líderes mencionan que rechazan los créditos porque la tasa de interés que ofrecen los bancos es alta. En este sector económico también se enfatiza la falta de confianza como factor para no aceptar los préstamos colectivos por temor al incumplimiento de alguna integrante, por ello, prefieren los préstamos personales. La líder de la Asociación de Mujeres líderes Emprendedoras del Caserío Río Viejo Norte afirma:

“Los bancos vienen a ofrecer, pero yo no me confío en prestar porque la responsable voy a ser yo, ofrecen préstamos grupales. Por un tema de confianza, todas prefieren préstamos personales”.

Si bien la formalización produjo el beneficio de acceder a préstamos en entidades financieras, se aprecia que las asociaciones del presente estudio no lo aprecian como tal por la cantidad mínima de asociaciones que aceptaron. Sin embargo, un punto resaltante en este apartado es que las mujeres emprendedoras sí lograron financiarse con recursos propios y bancos comunales. La investigación muestra las formas de financiamiento de estas asociaciones para identificar qué mecanismos utilizan para cubrir sus necesidades. Las líderes entrevistadas aseguran que una de sus principales fuentes de acceso a dinero son los recursos propios (seis de las diez asociaciones sin uso de créditos), a través de préstamos personales con los cuales cada una asume su responsabilidad y no coloca en riesgo a otra mujer dentro de la asociación. Asimismo, un hallazgo de la investigación es la existencia de los bancos comunales, explicada en subcapítulos anteriores, que son una especie de banco en donde prestan dinero a las socias que lo requieran a cambio de mínimos intereses donde sí demuestran confianza dentro de la asociación.

En términos generales, como lo dice Rodríguez y Hernández (2014) la formalización brinda la posibilidad de acceder a créditos de entidades financieras; sin embargo, estos ofrecen opciones que no son accesibles finalmente. La especialista de Comunicaciones e Incidencias del proyecto comenta “ La oferta de crédito no es lo complicado en un contexto regular, sin embargo, la tasa de interés sigue siendo un problema para este sector de la población”. Por ello, a nivel asociativo las organizaciones deciden no acceder a estos préstamos y prefieren en mayoría trabajar con su propio capital, aún hay mucha resistencia a este medio de financiamiento; y es que hacen falta ofertas convenientes para las mujeres, no solo para la entidad financiera. Asimismo, SEKN (2006) menciona que aún existe la barrera de acceso a mercados de capitales en donde se ignora a los sectores de bajos ingresos, generando un obstáculo en el crecimiento de los emprendimientos; y es lo que se puede apreciar en el desarrollo de las entrevistas, esa barrera aún sigue presente y ellas aún

no tienen el poder de negociación que necesitan para adquirir créditos con bajos intereses acordes a sus necesidades.

3.3.3. Alianzas entre sectores de la comunidad

Gracias a la formalización se han creado alianzas estratégicas con otros sectores de la comunidad que generan valor a las asociaciones. SEKN (2006) indica que establecer alianzas estratégicas es tener vínculos de cooperación que logran un progreso sostenible para la comunidad, en especial en las zonas en las que se encuentran ubicadas las asociaciones, ya que son zonas rurales y periurbanas. Son doce de quince entrevistadas que afirman tener alguna alianza vigente o haber pertenecido con anterioridad a una, a partir de la formalización. Las líderes reconocen este beneficio de la formalización, al no estar formalizadas no se podría tener la oportunidad de pactar este tipo de alianzas, a las cuales pueden acceder según al rubro al que se dedican.

En el caso de líderes entrevistadas del sector de artesanía, fueron seis de siete asociaciones que manifestaron haber tenido alianzas estratégicas. Dentro de este rubro sí interviene el Estado a través de las municipalidades, que trabajan en equipo con las asociaciones para promover la venta y promoción de los productos, entre las mencionadas están la Municipalidad de Catacaos, la Municipalidad del Centro Poblado de Nariwalac y la Municipalidad de Salitral. La Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas cuenta con la mayor cantidad de alianzas, con MINCETUR, con la Central Interregional de Artesanos del Perú (CIAP), que une a artesanos de diversas regiones y tipos de trabajos; y con Radio Cutivalú para promocionar los productos. A su vez, hay presencia de alianzas con otras asociaciones de mujeres con las que unieron esfuerzos dentro de la comunidad. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo expresa:

“Estuvimos en una alianza estratégica con otras asociaciones de mujeres, solo por 2 años un consorcio, ahí estuvimos unidas en un centro comercial y llevamos cerámica, tejido, entre otras líneas de negocio”.

En el caso de las asociaciones pertenecientes al rubro de agroindustria, de las cuatro entrevistadas tres reconocen haber obtenido alianzas también con otras asociaciones. La mayor cantidad de alianzas con asociaciones se presentan con otras organizaciones del tercer sector o entre las mismas asociaciones pertenecientes a otra provincia o distrito de Piura. Las alianzas en el sector agroindustria también se dieron con cooperativas. La Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME dedicada a los derivados del cacao, logró una alianza con la Cooperativa Agraria de Productores de Banano y Cacao Orgánico (ASPROBO) para potenciar las ventas al interior y exterior del país. Otras asociaciones han pertenecido a alianzas que actualmente ya no están vigentes, pero

manifiestan estar muy agradecidas con las gestiones realizadas por CARE Perú buscando incluirlas en alguna alianza estratégica. La líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes comenta:

“Antes sí teníamos alianzas, ahora ya no. CARE nos ayudaba a buscar plaza para entregar el producto, nos daba la esperanza de vender más”.

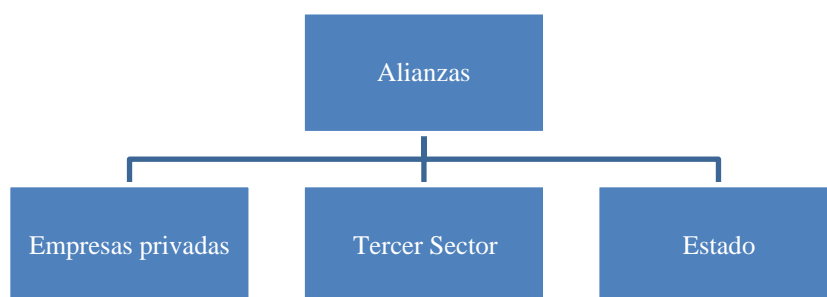
Por último, en el rubro de crianza de animales de cuatro entrevistadas hay tres asociaciones que lograron alianzas principalmente con otros actores de la comunidad, pero no había continuidad por falta de compromiso de las socias. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serrán, expresa lo siguiente:

“CARE nos recomendaba aliarnos con restaurantes, por ejemplo, pero ha sido descuido de nosotras, pero la ONG si ha incentivado bastante”.

Por otro lado, otras líderes comentan la importancia de generar alianzas estratégicas con empresas privadas para poder acceder a nuevos mercados, uno de los compromisos que se tuvo con CARE Perú y no se logró cumplir. Como se mencionó en los beneficios comerciales del primer apartado del capítulo, las asociaciones cuentan con capacitaciones técnicas, pero no consiguen el apoyo de organizaciones privadas para lograr crecer en otros mercados. La líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro comenta que necesitaban apoyo, CARE se comprometió a buscar compradores y no se logró ese acuerdo.

Si bien las asociaciones han logrado generar alianzas con el Estado y el tercer sector (otras asociaciones, cooperativas), aún no hay alianzas claras con empresas privadas. Una demanda clara con las alianzas estratégicas con empresas privadas era el tema de los mercados, según las entrevistas realizadas, las líderes comentaban que esta era una demanda que necesitaban para lograr su crecimiento. Ante esto, el generar alianzas para acceder a nuevos clientes cobra mucha importancia, ya que no solo es capacitarlas para que mejoren su cadena productiva, que puedan generar más producción o mejorar la calidad de sus productos, sino también el tener a quién venderles.

Figura 18: Tipos de alianzas de las asociaciones



3.3.4. Relación con los clientes y proveedores

La teoría, según Rodríguez y Hernández (2014) dice que la formalidad proyecta más confianza en los clientes y los faculta para cerrar contrato con ellos y los proveedores. En relación con esto, luego de la formalización, la relación con los clientes (nueve de las quince líderes) y proveedores (cinco de las quince líderes) manifiestan que ha mejorado luego de obtener la formalización como asociación. Para esto es importante mencionar que “cada una produce de forma individual, pero compran materia prima a sus proveedores y venden de forma grupal a sus clientes como asociación”, según lo dice el especialista en Incidencia de CARE Perú de Piura.

Según la información recopilada en las entrevistas con las líderes del sector de artesanía, son seis de siete asociaciones que percibieron beneficios en su relación con clientes y cinco respecto a su relación con proveedores. Es determinante en la relación que mantienen con los clientes que ahora pueden entregar boletas y facturas porque cuentan con formalización tributaria, requisito indispensable que solicitan algunos clientes para contratar con ellas; esto, a su vez, genera mayor seguridad en la asociación. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo explica que:

“Sí, obtuvimos más clientes de empresas porque exigían facturas y podíamos atenderlos”.

Sobre lo anterior, Rodríguez y Hernández (2014) indica que los empresarios serios no hacen negocios con empresas que no cuentan con respaldo legal. Además, las líderes comentan que la variable que más se ha potenciado al estar formalizadas es la confianza que tienen los clientes respecto a la asociación, lo que permite que las recomienden con otros potenciales clientes y además hacerles pedidos personalizados. Por el lado de las asociaciones que obtuvieron beneficios en su relación con proveedores del sector de artesanía, hacen énfasis también en la confianza generada gracias a la formalización, lo cual les permite obtener crédito de sus proveedores. Así lo afirma la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo comenta que:

“La relación con los proveedores es buena, tenemos un proveedor principal de pintura y obtenemos crédito debido a que estamos formalizadas, y con ello nos hicimos conocidas”.

Por su parte, las líderes de las asociaciones que pertenecen al rubro de agroindustria manifiestan haber obtenido cambios positivos en su relación con clientes (dos de cuatro) pero con proveedores ninguna. En este sector confirman la confianza como principal beneficio en sus relaciones comerciales, sin embargo, otras asociaciones exponen que después de la formalización han aumentado sus costos de producción con los proveedores, representando

más un desafío para la asociación en esta nueva etapa. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Salitral manifiesta:

“Los agricultores no tienen facturas para cubrir el IGV, lo que se compra en Sullana, se compra con el RUC de la asociación. Aumenta el costo de producción si compramos la materia prima con factura porque tendría que ser a un supermercado”.

Esto demuestra que dentro de la cadena de suministro, es importante que tus proveedores también estén formalizados para obtener en conjunto los beneficios de la formalización y motive la producción sin incrementos en los costos.

Las asociaciones que concretaron la formalización comercial y tributaria pertenecen a los rubros de artesanía y agroindustria en su mayoría, esto se debe a que cuentan con negocios más avanzados en comparación con el rubro de crianza de animales, lo que les permite tener un mayor nivel de facturación al año, esto debido a que el rubro de crianza se encuentra en zonas más alejadas lo que les complica al momento de conseguir nuevos clientes. Según la información recabada en el rubro de crianza de animales, no hubo mejoras en las relaciones con sus clientes y proveedores, solo una asociación de cuatro comentó que ha obtenido más clientes después de su formalización comercial, pero no se formaliza tributariamente porque sus clientes no le piden factura. Esto evidencia nuevamente la exigencia de los actores de la cadena de suministro, si los clientes no exigen factura en el sector de crianza de animales, las asociaciones no se verán motivadas a formalizarse.

En conclusión, más de la mitad de las entrevistadas han tenido una mejora en la relación con los clientes y proveedores a raíz de que se formalizó la asociación debido a que hubo una mejora en la confianza y una mayor seguridad en las compras. Debido a que, si algún cliente solicita un comprobante de pago, la asociación se encuentra en la capacidad de hacerlo, oportunidad que se pierde al ser informal. A su vez, proyecta confianza en los proveedores al ser una asociación formalizada para financiar la cadena productiva por medio de ellos. Sin embargo, se detectaron desafíos en el rubro de agroindustria y crianza de animales, ya que en algunas asociaciones los actores de la cadena de suministro no son formales, generando así incremento en los costos de producción por parte de los proveedores o la falta de exigencia de los comprobantes de pago de los clientes. Finalmente, como lo menciona Rodríguez y Hernández (2014) se abrirán las puertas a más y mejores oportunidades de negocios al ser una empresa legalmente constituida.

3.3.5. Beneficios tributarios y pago de impuestos

Después del proceso de formalización, según las líderes entrevistadas, los beneficios tributarios no generaron valor a las asociaciones en su mayoría. En este sentido, es importante recordar que de las quince asociaciones, once están formalizadas tributariamente,

las cuatro no formalizadas pertenecen al rubro de crianza de animales. El análisis de estos beneficios tributarios en las asociaciones está basado en cuatro asociaciones de once formalizadas, que manifestaron haber percibido este tipo de beneficio. Asimismo, cuatro asociaciones afirman realizar el pago de sus impuestos, tres pertenecientes a artesanía y una a agroindustria.

Dentro del rubro de artesanía están ubicadas las cuatro asociaciones que recibieron beneficios tributarios. Uno de los beneficios implica el descuento del IGV que se cobra en las ventas frente al IGV que se paga en las compras para la elaboración del producto, para aplicar este beneficio es importante comprar a proveedores que emitan facturas. En ese sentido, la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Hacia el Mundo detalla que:

“Cuando compra con factura ya eso sirve y cuenta como beneficio tributario”.

Es importante mencionar que en este rubro es complicado encontrar proveedores que entreguen facturas, y para la producción de sus productos uno de sus costos más elevados es la mano de obra, pero no es costo que pueda deducirse en el IGV, por lo que el beneficio tributario para el sector de artesanía en general es limitado.

Se hace mención también que ninguna de las líderes ha pagado algún tipo de multa mientras no se formalizaban y así lo expresa la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac:

“Cuando eran informales tampoco tuvimos ninguna sanción del gobierno, fue una decisión propia el formalizarse”.

Por su parte, la Coordinadora del proyecto de CARE Perú, afirma:

“Lamentablemente, estamos en un país con muchísima informalidad, y en el caso de las organizaciones, si bien no fueron sancionadas antes de formalizarse, tenían muchas barreras para poder llegar a ciertos clientes formales y expandir sus emprendimientos (M. Barbis, comunicación personal, 8 de agosto de 2021)”.

Es complicado para el Estado multar a todos los informales porque no es posible detectar a todos los que tienen actividades económicas, por ello, se apunta a que el mismo entorno (clientes y proveedores) motiven la formalización de las asociaciones al exigir comprobantes de pago y dar facturas para aprovechar los beneficios tributarios.

En el rubro de agroindustria el panorama no es alentador, de las cuatro líderes entrevistadas ninguna obtuvo beneficios tributarios. Dos de ellas afirman que desconocen completamente del tema, esto se debe a que una de ellas se encuentra en el NRUS (Nuevo Régimen Único Simplificado) donde se realiza el pago de una cuota mensual según la categoría en la que se ubica el emprendimiento en base a las ventas y compras, tampoco

emiten facturas, por lo tanto, no es posible gozar del beneficio de la deducción del IGV. La líder de la Asociación de Mujeres Virgen de Las Mercedes cuenta que emitían solo boletas y pagaban solo 20 soles porque estaban en el NUEVO RUS. Respecto al pago de impuestos, hay otro beneficio tributario que expresan las entrevistadas es la exoneración de los pagos por ventas bajas. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Salitral detalla que por pertenecer al Régimen Especial, cuando se declara en 0 no pagan impuestos. Mientras que las asociaciones que sí pagan tributos son el Impuesto a la Renta (IR) y el IGV deducido.

Por último, en el rubro de crianza de animales ninguna asociación está formalizada tributariamente, por lo que no tienen alcance a ningún beneficio ni pago de tributo. En este rubro predomina la sensación de que pueden desarrollar su actividad económica sin restricciones ni fiscalizaciones del Estado por estar ubicados en zonas alejadas a la centralización del Estado. La líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro lo confirma indicando que:

“En el campo no hay fiscalización, tampoco hay beneficios, no pagan impuestos”.

Queda pendiente un arduo trabajo de incentivos para el rubro de crianza de animales por parte del Estado.

En resumen, se aprecia que la formalización ha generado que las asociaciones del rubro de artesanía obtengan más beneficios tributarios en comparación que el rubro de agroindustria, ya que las asociaciones de crianza de animales no están formalizadas. Los beneficios tributarios más aprovechados son la deducción del IGV para una menor cantidad de pago y la exoneración de los pagos por ventas bajas. Sin embargo, en los rubros del estudio no es posible aprovecharlos en su totalidad porque dentro de la cadena de suministro hay proveedores que no otorgan factura y a su vez, el principal costo es la mano de obra por ser productos artesanales, pero no es un costo del cual pueda deducirse IGV; representando un desafío para la formalización en estos rubros. Finalmente, Rodríguez y Hernández (2014) indican que se evita riesgos de cierre de su empresa por no cumplir con la ley; sin embargo, las organizaciones no han sido sancionadas ni han tenido que cerrar por ser informales, esto debido a las zonas en las que se encuentran que son rurales y periurbanas. A pesar de todo esto, la formalización les ayuda a derribar otras barreras de crecimiento para expandir sus emprendimientos.

3.3.6. Organización de las responsabilidades de la directiva y de las socias

En lo relacionado con la organización de las responsabilidades, todas las líderes entrevistadas han mencionado que tienen una directiva encargada de gestionar a la organización, el cual es requisito para poder formalizarse como asociación. Como se ha

mencionado previamente, son cinco las que integran la Junta Directiva y cada una tiene su propia función: presidenta, vicepresidenta, secretaria, tesorera y vocal.

Con respecto a las líderes de las asociaciones del rubro de artesanía, se observa que existe un liderazgo en la directiva y un compromiso con las socias de compartir los conocimientos. Lo anterior se sustenta en el testimonio de la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac que comenta:

“Nosotras les enseñamos a que dominen todo porque puede venir un cliente y pedir un modelo en específico y todas tienen que saber hacerlo”.

También la Asociación Mujeres Artesanas Virgen del Pilar menciona que a las capacitaciones asiste la líder junto a una artesana para que puedan replicar el conocimiento en las demás socias. De igual modo, las mujeres que forman parte de la asociación tienen funciones definidas, sin embargo, algunas asociaciones prefieren que las mujeres aprendan del trabajo de todas para tener capacidad de respuesta ante cualquier eventualidad.

En el caso de las mujeres de las asociaciones del rubro agroindustria se observa una situación similar al sector artesanía. Tienen una Junta Directiva que define las funciones de las socias; sin embargo, en este caso hay mujeres que asumen responsabilidades específicas porque las demás no conocen su trabajo. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME indica que todas conocen el proceso de producción, pero solo tres personas, el tema del relleno y el de licor solo dos personas. Las líderes dividen las funciones a realizar y las mujeres son responsables y serias con la labor asignada, ya que conocen que funcionan como una cadena de producción.

Por otro lado, en el rubro de crianza de animales, se ve también la importancia de poseer una organización en la asociación, debido a que cada una se encarga de la crianza de sus animales y es responsable de todo el proceso hasta la creación de un producto final. Luego es donde toma importancia la Junta Directiva, ya que son las encargadas de reunir todo ese trabajo y poder ofrecerlo en conjunto como asociación. Para esto también comparten los conocimientos de las capacitaciones. La líder de la Asociación pequeños productores agropecuarios Santa Rosa de Serran menciona que cada socia cría sus animales y que es ella quien busca a los clientes finales o les informa sobre la solicitud de un cliente.

Acerca del nivel de cumplimiento de las responsabilidades, con la formalización y el acercamiento de CARE Perú se ha percibido un cambio, las mujeres dentro de la asociación son más responsables. Antes la relación entre ellas era diferente, no iban a las reuniones, pero todo ha cambiado luego del fenómeno del Niño, y cuando CARE comenzó con ellas, se han vuelto más unidas, responsables y proactivas, explica la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac. En contraparte, hay algunas asociaciones en las que aún no se ha

percibido ese cambio positivo, y ante la ausencia de las socias que van desertando en el camino se complica la asignación de responsabilidades. La líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro, cuenta que han quedado pocas y se dificulta dividir la responsabilidad.

Si se acude a la teoría revisada, Rodríguez y Hernández (2014) indican que en empresas que son sociedades, se establece la responsabilidad de los socios. En esta investigación se encontró que, como parte de la formalización, todos los acuerdos establecidos en la asociación deben estar estipulados en un estatuto que defina las responsabilidades y compromisos a los que está sujeto una asociada mientras se mantenga vigente. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco, menciona que entiende la responsabilidad y seriedad que debe tener una asociación. Lo cual es reforzado por el representante de CARE Perú (M. Mechato, comunicación personal, 8 de agosto de 2021) que nos presenta al estatuto:

Lo primero que se debe hacer es que todas conozcan el tema por qué me voy a asociar y todo debe estar definido formalmente en el estatuto que debe haber sido aprobado por todos para cada procedimiento, como entrega de dinero, utilidades, renuncia, banco comunal, etc. Los estatutos definen todo este proceso, cada uno sabe sus funciones, obligaciones y debe estar previamente aprobado para evitar futuros problemas.

A raíz de lo expuesto sobre la organización de las responsabilidades en la asociación, se verifica que sí hay una alineación entre lo revisado en el marco teórico, los testimonios de las mujeres líderes de las asociaciones y lo expuesto por los representantes de CARE Perú. Para una correcta gestión, la formalización empresarial conlleva a un cambio positivo en la estructuración de las responsabilidades definidas en los estatutos.

3.3.7. Crecimiento hacia otras regiones o comunidades

Las líderes entrevistadas (diez de quince) manifiestan que les gustaría crecer hacia otras regiones del país, pero resaltan que para lograr este objetivo es fundamental recibir apoyo de otras organizaciones de la sociedad civil y estatales porque aún no se ha concretado ese objetivo. Al respecto, la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas y Productivas Multiservicio de Sechura menciona que tienen expectativas de expandirse en el exterior, siempre con el apoyo de las instituciones. Otro testimonio que va en sintonía con lo anterior es el de la líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro, quien expone que:

“Nuestra misión era esa, expandirnos, pensando en grande, pero no recibimos el apoyo que necesitábamos.”

Además de lo anterior, otros de los aspectos mencionados por las líderes para conseguir el crecimiento hacia otras regiones son tener más capacitaciones, certificaciones, mayor inversión, participar en nuevos proyectos y buscar nuevos mercados y negocios.

Por otro lado, luego de la formalización, algunas asociaciones (cinco de quince) consiguieron crecer en otras comunidades y/o regiones, considerando esto como un paso fundamental para el crecimiento de sus negocios. Por su parte, el representante de CARE (M. Mechato, comunicación personal, 8 de agosto de 2021) menciona que sí ha existido crecimiento, pero a través de ferias: “Crecimiento en otras regiones como una sucursal no hubo, pero que una asociación al estar formalizada ha podido participar en ferias en otras regiones sí, ya después se hizo necesario expandirse por redes sociales, que no tiene barreras y pueden vender a Lima, por ejemplo, atravesando la barrera de la ubicación y enviando comprobante electrónico”. En este apartado coinciden algunas asociaciones que pertenecen al rubro artesanía, cuatro entrevistadas mencionan que gracias a la formalización han podido acceder a ferias en Piura y en otras regiones como Lima.

Acerca de esto, la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Perpetuo Socorro comenta que:

“Cuando vamos a ferias es un requisito que seamos formales para poder participar. Si de repente hay un cliente potencial, es importante tener la formalización, boletas o facturas, para que confíen en la asociación”.

Además de ello, las líderes explican que CARE Perú es la organización que más las ha apoyado al momento de conseguir ferias donde vender sus productos. Un grupo minoritario de las entrevistadas (cuatro líderes) declaran que ya han tenido una experiencia de expansión en la ciudad de Piura, el proyecto al cual hacen referencia es el Consorcio Pirúa, las cuatro asociaciones que comentaron haber participado pertenecen a los rubros de artesanía y agroindustria.

Dentro de este mismo rubro, una asociación logró participar en Perú Moda, pero es importante mencionar que está conformada desde 1990, por lo que su experiencia influyó, y la líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Ñariwualac al respecto comenta:

“Hemos crecido tocando puertas y buscando oportunidades en ferias. Hemos participado en Perú Moda”.

La líder de la Asociación Mujeres Artesanas Virgen del Pilar incluso menciona que han logrado llegar hasta Washington, Estados Unidos. Esto muestra que el rubro artesanía tiene mayores oportunidades de crecer hacia otras regiones. Finalmente, en el caso de rubro de crianza de animales, también tenían en mente expandirse a otras regiones, como lo

menciona la líder de la asociación Mujeres Emprendedoras de Serran que la idea es progresar, crecer, vender en otras regiones, y como mujeres trabajar en equipo. Todas tienen este ánimo de buscar nuevos mercados y sean reconocidas; sin embargo, solo una asociación ha logrado ser invitada por la municipalidad a desfiles en otras regiones.

A partir de lo verificado en la teoría, con la formalización se da acceso a nuevos mercados, además de expandir la empresa, abriendo nuevas filiales en otras regiones del país (Rodríguez & Hernández, 2014). Sin embargo, para el caso analizado, la generación de valor de la formalización no alcanzó ese nivel. Los logros más resaltantes en este sentido son el acceso a ferias, que les permite dirigirse a otro público para mostrar sus productos o la participación en proyectos como Consorcio Pirúa; y la oportunidad de vender a otras localidades de manera formal en modalidad virtual. Pero existe la carencia de nuevas sucursales constituidas y según los testimonios, esto se debe a la falta de apoyo, lo que provoca que la asociación aún no se encuentre madura para dar ese gran paso.

3.3.8. Motivación y productividad

Respecto a la variable de motivación y productividad, todas las líderes entrevistadas indicaron que sí existe un cambio considerable en la asociación de mujeres tras el proceso de formalización, en donde el sentirse más motivadas influyó en que se vuelvan más productivas.

Dentro de los motivos que se encontró de las seis líderes entrevistadas del rubro de artesanía, mencionaron la importancia de adquirir mayores ingresos, así como también el aprendizaje de nuevos conocimientos que mejoraron sus productos. Entre los temas que prefieren aprender para sus negocios se encuentran acerca de cómo mejorar sus actividades productivas actuales, nuevas ideas de negocio y otros temas complementarios. La líder de la Asociación Mujeres Artesanas Hacia el Mundo menciona que al acceder a nuevos clientes, estos exigen un mayor nivel de calidad. La formalización las ha motivado a continuar con la mejor actitud y estar preparadas ante las exigencias de nuevos mercados. El aportar a las canastas básicas de sus hogares les daba la motivación para seguir enfocadas en sus emprendimientos, además de recibir el apoyo de sus parejas. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas menciona:

“Se capacitaron a los esposos para que puedan comprender que era un trabajo que les permitía tener más dinero para el hogar, y al ver los pedidos se dieron cuenta de eso”.

Para muchas el poder aportar en sus hogares es lo que más las motiva para continuar con el proyecto y darlo todo.

Por otro lado, respecto al rubro de agroindustria, expresaron que la formalización les brinda mayor seguridad, reconocimiento y es una muestra de superación. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco, menciona que la formalización sí ha motivado a las mujeres porque se sienten con más seguridad para trabajar. Esto es importante en el caso de este rubro, ya que no es suficiente ser formal, sino también contar con el registro sanitario para trabajar. La seguridad que les brinda ser formales las motiva a seguir creciendo y trabajando, lo que contribuye directamente en su productividad. Además, en el rubro de crianza de animales, también rescatan el beneficio económico que se obtuvo con la formalización, el acceso a ferias, y el nuevo conocimiento adquirido en el camino. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Serran menciona que han aprendido bastante de la formalización y que con ello han conseguido una entrada económica más de lo que ya percibían. El camino a la formalización está lleno de nuevo aprendizajes y desafíos, lo que provoca que ellas aprendan y se motiven a continuar trabajando, viendo reflejados sus esfuerzos en las ganancias.

Lo mencionado, se alinea con la teoría revisada que indica que se contará con un equipo de trabajo más motivado por los beneficios de la formalidad (Rodríguez & Hernández, 2014). Por último, las mujeres de las asociaciones se sienten motivadas y productivas al lograr la formalización de sus negocios, pues les abre nuevos horizontes que las incentiva a continuar y esforzarse en el proyecto. Por su parte, la Coordinadora del proyecto de CARE Perú afirma de igual manera una relación positiva entre la motivación y la formalización: “Sí, las ha motivado principalmente porque ven que incrementaron sus ventas y, por tanto, la demanda de sus productos tiene un mejor precio. Esto motiva también a otras organizaciones a buscar formalizarse (M. Barbis, comunicación personal, 8 de agosto de 2021)”.

3.3.9. Contribución a la sociedad

La contribución a la sociedad no solo contempla el aspecto económico, sino abarca también el aspecto social. Según la teoría revisada, una empresa formalmente inscrita evidencia responsabilidad social del propietario (Rodríguez & Hernández, 2014). Asimismo, SEKN (2006) menciona que ya no se centra solo en el valor económico, se espera que las organizaciones, tanto privadas como las entidades sin ánimo de lucro, se preocupen por generar valor social y económico. Es así como todas las líderes entrevistadas indicaron que el estar formalizadas contribuye a la sociedad.

En primer lugar, las líderes del rubro artesanía entrevistadas hablaron sobre el aumento de valor de la comunidad o pueblo al estar formalizadas, algunas mencionaron sobre el pago de los impuestos, pero otras se refirieron a la generación de empleo tanto para ellas como para otras personas. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas Virgen del Perpetuo Socorro expresa que hay una contribución a la sociedad, en principio porque pagan

sus impuestos, y estos pueden servir para un beneficio a la comunidad. Al ser una asociación formalizada generan empleo para las socias, además de que transmiten su arte". Así como ella, otra líder de una asociación de artesanas también menciona que pueden transmitir su tradición, arte mediante su trabajo y al ser formales y reconocidas.

En el caso de los representantes de CARE Perú (M. Barbis, comunicación personal, 8 de agosto de 2021), ella expone en la misma línea que las mujeres entrevistadas, que sí hay una contribución, pero enfatiza más en el aspecto económico sobre la generación de empleo: "Si contribuye porque al haber más ventas hay más fuentes de trabajo, porque se requiere más productos para vender, en el caso de paja toquilla se agrupa a más mujeres para cumplir con pedidos grandes que se le hacen a la asociación".

Por otro lado, otras líderes de las asociaciones del rubro agroindustria indicaron que tras la formalización son un ejemplo para otras mujeres que tienen miedo al proceso y que no se animan a hacerlo, esto implica más un enfoque social. La líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Buenos Aires - ASDEME indica:

"Podemos incorporar a otras mujeres a la asociación, somos un ejemplo para otras mujeres que vean que el no tener un registro es un impedimento para lograr sus metas".

Además de inspirar a otras mujeres, también para animarlas a unirse a las asociaciones formalizadas sin temor, ya que ello les trae beneficios tales como acceder a ayuda de instituciones, ser invitadas a reuniones de la municipalidad y a más capacitaciones. También muestran la importancia de enseñar y ser un ejemplo para seguir, como lo mencionó la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco.

Para el caso de las líderes que forman parte de la línea de negocio de la crianza de animales, lo que más rescataron es la ayuda que se dan entre ellas y a la comunidad. La presidenta de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios dice:

"Sí, contribuye el ser formal en que somos reconocidas en nuestro propio pueblo. Cuando hay personas fuera de la asociación que tienen algún animal enfermo, recurren a nosotras".

Así también rescatan el apoyo que se brindan entre ellas mismas en el proceso de crianza de los animales y que incluso ayuda a abastecer al pueblo, para ellas esto implica la contribución a la sociedad con rasgos sociales.

Finalmente, se aprecia que todos los actores coinciden en que hay una contribución a la sociedad económica sin dejar de lado lo social, pero son las mujeres líderes de las asociaciones las que enfatizan más el aspecto social. Al lograr la formalización, todas ellas

sienten que contribuyen a la sociedad, al ser más reconocidas en sus comunidades como un ejemplo a seguir, otorgándole más valor al pueblo en el que viven. A la vez, sienten que aportan a mejorar sus condiciones de vida como las de los demás. Incluso en el caso explícito de las artesanas, contribuyen a la sociedad compartiendo su arte y tradición por el reconocimiento que tienen al lograr la formalidad. En conclusión, se ha generado un valor social en las líderes de las asociaciones, puesto que se refleja una mayor identidad comunitaria e inclusión social.

3.3.10. Acceso a derechos básicos (libertad económica, acceso a educación, libertad de expresión)

El acceso a derechos básicos es un generador de valor social de la formalización que tuvo efectos positivos en las mujeres de las asociaciones. Según Arruñada (2010) en los procesos de formalización, la presencia de rentas no puede llevarnos a olvidar la utilidad y los beneficios sociales de la formalización.

En el caso de las líderes entrevistadas del rubro de artesanías, todas (siete líderes) mencionaron la obtención de la libertad económica y seis líderes hablaron sobre la importancia del acceso a capacitaciones gracias a la formalización. A lo largo de las entrevistas realizadas, la mayoría agradece el acceso a capacitaciones brindadas en gran medida por CARE Perú, pero que al estar formalizadas podían acceder a charlas de la municipalidad u otra institución que con el hecho de ser formales ya se les brinda la oportunidad de participar, no solo en capacitaciones sino también en ferias. Además de tocarse temas sobre formalización, también se les daba conocimiento técnico, tecnológico, entre otros temas. Esto muestra las diferentes puertas que se abren a una asociación formalizada. La líder de la Asociación de Mujeres Artesanas de Chulucanas indica:

“Claro, gracias a estar formalizadas hemos accedido a capacitaciones de diversas instituciones, además que tenemos mayor poder económico”.

Este comentario también se ve reflejado en las otras líderes, el poder obtener sus propios ingresos y aportar a sus canastas básicas, le da un gran valor al hecho de ser formales, además de sentirse orgullosas de su trabajo y esfuerzo propio. Sin embargo, no nombran la libertad de expresión como un beneficio de la formalización.

Por el lado del rubro de agroindustria, tres de cuatro líderes hablaron sobre la libertad económica, al igual que sobre la libertad de expresión, y solo una menciona el acceso a capacitaciones. Según los testimonios de la líder de la Asociación de Mujeres Emprendedoras César Vallejo de Palo Blanco:

“Al estar formales hemos sido más capacitadas, hemos aprendido a expresarnos, antes solo escuchábamos, ahora ya sabemos de lo que hablan”.

En este caso, gracias a la formalización y el trabajo de CARE lograron que sus negocios crecieron y se ve reflejado en su empoderamiento, ya que tienen una mayor estabilidad económica, también tenían mayor seguridad de sí mismas para expresarse y hacer uso de sus voces con libertad.

Por último, en el rubro de crianza de animales, hay testimonios de dos de cuatro líderes que refuerzan el cambio de las mujeres en los tres puntos vistos y su relación entre sí. En el testimonio de la líder de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios dice:

“Nos ha dado mayor libertad económica, generamos nuestros propios ingresos, ya no dependemos tanto del esposo”.

Además, que ambas líderes mencionan la importancia de la oportunidad de expresión dentro y fuera de la comunidad, provocando más confianza en ellas mismas de poder lograr sus objetivos y metas. Por otro lado, dos líderes no mencionan ninguno de los derechos, en su momento sí se dio, según la líder de la Asociación Agropecuaria de Emprendedoras Jesús es mi Maestro, pero no se ha logrado mantener, es el mismo caso de la otra líder.

También se puede observar cómo el pertenecer a una asociación contribuye en que se apoyen entre todas a buscar la mejora. La líder de la Asociación Mujeres artesanas Hacia el Mundo menciona que ellas tienen el objetivo de que las mujeres tengan un ingreso adicional que ayude a la estabilidad económica de las mujeres. Pero no solo en lo económico, sino a empoderarse entre ellas y no dejar la asociación para que dejen de depender de sus esposos y busquen una mejora en su vida.

En esa línea, se verifican los aportes sociales derivados de la formalización que, según SEKN (2006) implica la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios no deseados de la actividad económica. Al respecto, Romina, representante de CARE Perú (R. Rébora, comunicación personal, 7 de agosto de 2021), refuerza lo que significa la formalización para las mujeres considerando el contexto actual: “La formalización dice mucho en un contexto de brechas, machismo, desigualdad, dificultad extrema de insertarse en la economía. No es fácil formalizarte, habla de ellas mismas, se están posicionando ante sus familias, te vuelves generadora y participas de una economía independiente de tu pareja”.

Como se aprecia, la formalización contribuye en cierta medida al acceso a derechos básicos: libertad económica, educación y libertad de expresión. Se verifica que tanto los representantes de CARE Perú como las mujeres líderes del proyecto reconocen un avance en el acceso a los derechos básicos gracias a la decisión de formalizar las asociaciones. Esto muestra que la formalidad va mucho más allá que el hecho de generar ingresos económicos,

si no en mejorar la calidad de vida de estas mujeres. Así también esto se ve reforzado al pertenecer a una asociación porque se ve el apoyo que se muestran entre las integrantes para salir adelante todas como una unidad.

Con la finalidad de sintetizar las diez variables acabadas de mencionar, en la Tabla 20 se presenta el resumen de hallazgos de generadores de valor de las quince asociaciones entrevistadas agrupadas por rubro, las siete primeras (color celeste) pertenecen a artesanía, las cuatro siguientes (color amarillo) a agroindustria y las cuatro últimas (color verde) a crianza de animales. Asimismo, de las 10 variables, 4 de ellas han sido divididas para una mejor presentación de la información y porque en la codificación se encontró que podía cumplir en contrataciones del Estado pero no con empresas privadas por ejemplo. La variable contrataciones ha sido dividida en dos, la variable financiamiento en dos, relaciones comerciales en dos y acceso a derechos básicos en tres; generando un total de 15 variables que incluyen subcategorías. En esta tabla se ha colocado el símbolo ✓ si según la codificación de las entrevistas, la entrevistada de la asociación afirmó que percibe dicha variable como un beneficio después de atravesar el proceso de formalización y el símbolo ✗ en caso no consideren que sea un beneficio percibido de la formalización aplicado en sus asociaciones.

En esta tabla 27 se puede apreciar cuál de las quince variables es considerada como el mayor beneficio percibido por todas las asociaciones entrevistadas, y cuál es la menos valorada. Son tres variables que coinciden como los beneficios más valorados gracias al proceso de formalización, las cuales son: las responsabilidades de la directiva y de las socias; motivación y productividad; y contribución a la sociedad. Las quince asociaciones respondieron de forma unánime que estas tres variables generaron valor en sus asociaciones. Mientras que las variables menos valoradas por todas las asociaciones entrevistadas son: contrataciones con el Estado y beneficios tributarios. Doce asociaciones mencionan no haber percibido cambios en las contrataciones con el Estado después de formalizarse y once asociaciones no obtuvieron beneficios tributarios.

A su vez, en la Tabla 27 es posible identificar las asociaciones que obtuvieron mayores beneficios respecto a todas las entrevistadas. La Asociación Mujeres Artesanas de Ñariwualac del rubro de artesanía fue la asociación que más valor generó con la formalización, alcanzando un total de 13 de 15 variables consultadas. Por otro lado, las asociaciones con menos beneficios logrados fueron la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Salitral del rubro de agroindustria y la Asociación Mujeres Emprendedoras de Serrán del rubro de crianza de animales, ambas con 5 de 15 variables consultadas.

En nuestro sujeto de estudio hay más beneficios percibidos frente a las desventajas de formalizarse. Las quince asociaciones por las quince variables hacen un total de 225 posibles beneficios y de las cuales 92 han sido mencionadas como desventajas, representando un total de 41% frente a un 59% que afirma que la estrategia de la formalización ha generado valor en sus asociaciones de emprendimientos femeninos del proyecto analizado.

En términos generales, la investigación muestra que la asociatividad genera un valor compartido gracias a los lazos de cooperación que se forman entre las mujeres emprendedoras, y si a estos beneficios se le agregan los que corresponden por ser formales; se genera un doble valor de mayor relevancia derivados de los dos grandes ejes de la investigación: la asociatividad y la formalización.



Tabla 27: Resumen de hallazgos de generadores de valor

| N° | Contrataciones | | Financiamiento | | Alianza | Relaciones comerciales | | Beneficio tributario | Organización directiva | Crecimiento a otras regiones | Motivación y productividad | Contribuir a la sociedad | Acceso a derechos básicos | | |
|----|----------------|---------|----------------|-------------|---------|------------------------|-----------|----------------------|------------------------|------------------------------|----------------------------|--------------------------|---------------------------|------------------|--------------------|
| | Estado | Privado | Acceso crédito | Uso Crédito | | Cliente | Proveedor | | | | | | Libertad económica | Acceso educación | Libertad expresión |
| 1 | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X |
| 2 | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X |
| 3 | X | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4 | X | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X |
| 5 | X | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 6 | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X |
| 7 | ✓ | X | X | X | ✓ | X | X | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ |
| 8 | X | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | X | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ |
| 9 | X | X | ✓ | X | X | X | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | X | X |
| 10 | ✓ | ✓ | ✓ | X | ✓ | ✓ | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 11 | X | X | X | X | ✓ | X | X | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X | X | ✓ |
| 12 | X | X | ✓ | ✓ | ✓ | X | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | X | X | X |
| 13 | X | X | ✓ | X | ✓ | X | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 14 | X | X | ✓ | X | ✓ | X | X | X | ✓ | X | ✓ | ✓ | X | X | X |
| 15 | X | X | ✓ | X | X | ✓ | X | X | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En esta investigación el objetivo principal es analizar la estrategia de formalización y su relación con el valor a partir de la asociatividad de los emprendimientos femeninos del proyecto “Mujeres en la empresa” en Piura de CARE Perú. A través de la triangulación de los conceptos teóricos en el contexto actual, el recojo de información por medio de cuestionarios a las emprendedoras que forman parte del proyecto y la realización de entrevistas a profundidad a las líderes de quince asociaciones seleccionadas, así como a representantes de CARE Perú que trabajaron directamente con las mujeres; se logró describir las características de las asociaciones del proyecto, identificar los beneficios que genera la asociatividad en los emprendimientos femeninos y los aspectos tanto positivos como los espacios de mejora del modelo de formalización del proyecto “Mujeres en la empresa” de asociaciones de emprendimientos femeninos en Piura.

2.4. De los objetivos de la investigación

Se aprecia que existe una relación positiva respecto de los conocimientos en gestión y la experiencia como emprendedoras, a más años de experiencia o conocimientos, más emprendimientos formales de las mujeres. Se concluye también que los ingresos de sus emprendimientos apoyan en algunos gastos familiares, pero no representan el ingreso más importante. A la vez, existe una buena relación interorganizacional entre las mujeres emprendedoras que forman parte de la misma comunidad, por ello, gracias a esta cercanía geográfica obtienen la materia prima de la misma zona, lo que previene algunos riesgos como la subida de precios. Asimismo, las mujeres son conscientes de la dependencia que hay entre ellas y su entorno, por lo cual el apoyo colectivo es de vital importancia para la mejora del proceso productivo y el aprendizaje de nuevos conocimientos. Además, en las asociaciones las decisiones son tomadas por votación y mayoría, si bien es cierto surgen disensos, han logrado sobrellevarlos con la unión y confianza que se logra al ser una asociación y saber que tienen el mismo propósito.

Respecto a los generadores de valor de la asociatividad, por el lado de beneficios financieros, el acceso a financiamiento de entidades formales no es reconocido como un beneficio debido a que se creó una nueva gestión de financiamiento por medio de bancos comunales que cubrió las necesidades financieras, autogestionado por las mujeres en apoyo mutuo. Por el lado de beneficios organizacionales, tanto la asociatividad como el acceso a la formalización lograron beneficios en conjunto. Se desarrollaron nuevas habilidades como cooperación, trabajo en equipo, liderazgo y toma de decisiones, generando un clima de

seguridad, en donde las socias compartieron experiencias y conocimientos, mostrando mayor confianza en sus trabajos.

Por el lado de beneficios comerciales, la asociatividad les ha permitido expandir sus mercados, esto se puede ver reflejado más en el rubro de artesanías y agroindustria, por tener negocios más desarrollados. De igual manera, han mejorado sus productos y la oferta ofrecida, lo que ha contribuido al desarrollo de sus negocios. Uno de los aportes de la investigación también es que las asociaciones no son del todo formales, están ubicadas dentro de un nivel de legalidad respecto a la formalización tributaria y comercial, analizadas en la investigación. Si las asociaciones atravesaron por los procesos de formalización, pero posterior a ello, no pagan los impuestos establecidos por ley, deben ser consideradas todavía como informales, solo que en menor nivel.

Según el análisis formulado, son innegables los beneficios que trae consigo la formalización para los agentes económicos, pero en el caso de las líderes entrevistadas, no todas perciben los beneficios mayores a los costos por el nivel de maduración de sus asociaciones y el entorno en el que se desenvuelven. En primer lugar, las contrataciones con el Estado es un beneficio de la formalización que no ha sido aprovechado por las asociaciones debido a las barreras como los requisitos para licitaciones, la valoración de sus productos por parte del Estado y la falta de difusión de concursos en las zonas y rubros en los que se desempeñan. Por su parte, las contrataciones con empresas privadas sí fue accesible para el rubro de artesanía y agroindustria, sin embargo, no fueron sostenibles en el tiempo por el nivel bajo de maduración de las asociaciones que no tenían la capacidad para atender demandas grandes.

A su vez, sí hubo acceso a los créditos financieros, pero no fueron usados por las asociaciones porque no eran accesibles y acorde a las necesidades de las emprendedoras. El principal motivo de rechazo de los créditos fueron las tasas de interés elevadas, seguido de la falta de confianza entre las mujeres por el temor al incumplimiento de pago, a diferencia de un préstamo individual, como asociación todas se verían perjudicadas. Por lo tanto, no usaron estos instrumentos financieros y optaron por el financiamiento a través de los bancos comunales.

Por otra parte, las asociaciones formalizadas han logrado generar alianzas estratégicas con el Estado y tercer sector (ONG) pero no se concretaron con empresas privadas. Esto genera vínculos de cooperación a favor de la comunidad y el acceso a nuevos mercados, lo cual implica un beneficio visible de la formalización que fue aprovechado por las asociaciones, sin embargo, en el caso de las alianzas con empresas privadas no hubo oportunidades.

Posterior a la formalización de las asociaciones, la relación con los clientes y proveedores tuvo mejoras porque hubo un incremento de confianza y una mayor seguridad en las compras. Por el lado de los clientes, la asociación formalizada contaba con la facultad de emitir facturas y comprobantes de pago para llegar a más clientes. Por el lado de los proveedores, con la formalización era posible obtener crédito para financiar su capital de trabajo por medio de los proveedores. Sin embargo, se hallaron desafíos en los rubros de agroindustria y crianza de animales porque algunos proveedores como los agricultores informales no emiten facturas, incrementando los costos de producción por la necesidad de buscar otros proveedores que emitan facturas, pero con costos más elevados; asimismo, los clientes que no exigen comprobantes de pago. Es importante que dentro de la cadena de suministro, los actores estén formalizados para obtener en conjunto los beneficios de la formalización y exista una motivación mutua.

Sobre los beneficios tributarios, la formalización ha generado valor parcial solo a las asociaciones del rubro artesanía. Este beneficio tributario es limitado porque es complicado encontrar proveedores formales que emitan facturas, para aprovechar el descuento del IGV de ventas y compras. Además de que uno de los costos más elevados en artesanía es la mano de obra, pero no es un costo que pueda ser deducido en el IGV. Otro beneficio tributario deriva de la exoneración de los pagos por ventas bajas. En los rubros de agroindustria y crianza de animales predomina la informalidad tributaria porque no han recibido multas, y continúan sus actividades económicas sin restricciones ni fiscalización del Estado por estar ubicadas en zonas rurales y periurbanas.

En el caso de motivación y productividad, sí existe una relación positiva entre motivación y formalización, se consigue contar con un equipo motivado al percibir los beneficios de ser formales. Todas las líderes sintieron el cambio en las asociadas al estar formalizadas, la seguridad de estar trabajando bajo la ley y la sensación de que están avanzando en la organización provocó un aumento en productividad de las emprendedoras al generar más ingresos económicos.

La formalización no se puede centrar solo en beneficios económicos y olvidar los beneficios sociales. Con la formalización de las asociaciones consiguieron la mitigación de las barreras de los derechos básicos: libertad económica, libertad de expresión y acceso a educación. Tanto los líderes de las asociaciones como el proyecto CARE reconocen que hubo un avance sustancial al romper estas barreras, se generó un valor social en las líderes de las asociaciones. Según la línea de negocio en que se desenvuelve el negocio, habrá más beneficios de la formalización en las asociaciones.

Las asociaciones con un nivel de maduración bajo, como crianza de animales, no perciben los mismos beneficios que han experimentado las asociaciones de artesanía, que ofrecen productos dirigidos a turistas, las cuales reciben mayor apoyo y acogida, lo que impulsó un mayor crecimiento. Las mujeres emprendedoras del rubro de crianza de animales no perciben que los beneficios superen a los costos de la formalización, cuyo entorno motiva la informalidad por la falta de fiscalización en las zonas alejadas y la escasez de incentivos por parte del Estado que contemplen las características de las mujeres y las necesidades de las asociaciones según el nivel de desarrollo en que se encuentran.

2.5. Recomendaciones

En ese sentido, nuestra recomendación para futuros proyectos sería hacer una reestructuración en la identificación y agrupaciones de las asociaciones según línea de negocio y nivel de crecimiento de la asociación. Esto con la finalidad de dar capacitaciones, sensibilización, acompañamiento, oportunidades, buscar alianzas y programas de apoyo que se ajusten más a sus necesidades y sus propias realidades, es decir, personalizadas.

Las contrataciones con el Estado no están al alcance de los rubros estudiados porque no ofrecen productos valorados por el gobierno central, solo son demandados por las municipalidades para incentivar el turismo a través de la artesanía y agroindustria. Se requiere una mayor visibilidad de los emprendimientos de las mujeres, que implique una valoración del trabajo artesanal para ofrecer productos y servicios al alcance de sus necesidades.

3. Conclusión final

Este trabajo de investigación muestra primero el valor de la asociatividad seguido del valor de la formalización en las asociaciones de emprendimientos femeninos del proyecto estudiado, en donde se refleja los beneficios económicos y sociales. En términos generales las asociaciones estudiadas sí percibieron más beneficios que desventajas de formalizarse, sin embargo, según el rubro esta valoración disminuye.

REFERENCIAS

- Abdallah, G. K. (2017). Differences between firms from the formal sector and the informal sector in terms of growth: Empirical evidence from Tanzania. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(2), 121–143. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2015-0033>
- Aguirre, A., & Pinto, M. (2006). Asociatividad, Capital Social y Redes Sociales. *Revista MAD*, 0(15), 74–92. <https://doi.org/10.5354/0718-0527.2006.14022>
- Alburqueque, H., & Valdiviezo, L. (2008). Asociatividad empresarial para el fomento del empleo femenino: Un análisis para la Región Piura. *CIES Consorcio de investigación económica y social*.
- Altmann MP (2011). Informal Economic Activity. In: Contextual Development Economics. *The European Heritage in Economics and the Social Sciences*, vol 8. Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7231-6_5
- Alva, E. (2012). Beneficios tributarios: ¿Son efectivos para lograr la formalización de las MYPE? | Saberes Compartidos. Universidad del Pacífico. <http://www.saberescompartidos.pe/ciencias-empresariales/beneficios-tributarios-son-efectivos-para-lograr-la-formalizacion-de-las-mype.html>
- Amésquita Cubillas, F., Morales, O., & Rees, G. H. (2018). Understanding the intentions of informal entrepreneurs in Peru. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(3), 489–510. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2018-0022>
- Andreu, A., & Fernández, J. L. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor. *Harvard-Deusto Business Review*, N° 207, 5-21.
- Angulo, N. (2019). El Estado y la promoción de modalidades económicas asociativas en el Perú. (Spanish). *Revista Cultura Económica*, 37(97), 113-142. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/9116/1/estado-promocion-modalidades-economicas.pdf>
- Arango, J., & Castiblanco, S. (2010). Dificultades para la asociatividad en el entorno socio cultural y económico de los tenderos de la localidad de San Cristóbal Sur. Universidad de La Salle. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/487
- Arriagada, I. (2005). Dimensiones de la pobreza y políticas desde una perspectiva de género. *Revista de la CEPAL*, 2005(85), 101–113. <https://doi.org/10.18356/9b70c5f7-es>
- Arruñada, B. (2010). Formalización de empresas. Costos frente a eficiencia institucional. *Thomson Reuters*.
- Assenova, V. A., & Sorenson, O. (2017). Legitimacy and the Benefits of Firm Formalization.

- Organization Science*, 28(5), 804–818. <https://doi.org/10.1287/orsc.2017.1146>
- Barron, M. (2020). Business training programs and microenterprise formalization in Peru. *Cogent Economics & Finance*, 8(1), 1791546. <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1791546>
- Benhassine, N., Mckenzie, D., Pouliquen, V., & Santini, M. (2016). Can enhancing the benefits of formalization induce informal firms to become formal? Experimental evidence from Benin. *World Bank Policy Research Working Paper*, (7900). <https://doi.org/10.1596/1813-9450-7900>
- Bobadilla, P., Puente, M. P., & Fernández, R. (2019). La influencia de la asociatividad en el desarrollo de oportunidades productivas: el caso de cuatro asociaciones agropecuarias de la región Moquegua - Perú. *Debates En Sociología*, (48), 65-102. <https://doi.org/10.18800/debatesensociologia.201901.003>
- Bui, H. T. M., Kuan, A., & Chu, T. T. (2018). Female entrepreneurship in patriarchal society: motivation and challenges. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 30(4), 325–343. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1435841>
- Busson, J. L. (2012). La asociatividad como estrategia de desarrollo sobre los autores. *Tiempo de Gestión - N° 14*, 9–27.
- Bustamante, C., & Muñoz, Y. (2017). Propuesta de negocio inclusivo: hacia un modelo de inclusión social de sachá inchi en el Bajo Cauca antioqueño. *Equidad y Desarrollo*, 27, 125-147. <https://doi.org/10.19052/ed.3834>
- Castellnuovo Biraben, N., & Boivin, M. (2014). Haciendo desarrollo a lo indígena Proyectos de desarrollo en comunidades indígenas del Chaco salteño, Argentina. *Hallazgos*, 11(21). <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2014.0021.09>
- Castiblanco, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad Ciencias Economicas: Investigación y Reflexión*, 21 (2), 53–66. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v21n2/v21n2a05.pdf>
- Castillo, M. & Perdomo, Luis. (2006). *Pautas de Asociatividad Empresarial para el desarrollo Alternativo*. Bogota: Dansocial.
- CENTRUM PUCP. (2019). Índice del desarrollo social de la mujer y el hombre en las regiones del Perú 2019. *CENTRUM THINK*, 200.
- Chacaltana, J. (2016). Formalización En El Perú. Tendencias y políticas a inicios del siglo 21. (Tesis doctoral). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7971>
- Choy, E. (2010). Competitividad de las micro y pequeñas empresas (Mypes) ante el Tratado de Libre Comercio (TLC). *Quipukamayoc Revista de La Facultad de Ciencias Contables*, 17.

- Cosulich, J. (1993). La evasión tributaria. Proyecto regional de política fiscal CEPAL – PNUD. *Serie Política Fiscal* N°39. <https://hdl.handle.net/11362/9480>
- Decreto Supremo N.° 380-2019-EF. Valor de la Unidad Impositiva Tributaria durante el año 2020. Presidencia de la República del Perú (2019).
- D’heur, M. (2015). Sustainable Value Chain Management. Delivering Sustainability Through the Core Business. *CSR, Sustainability, Ethics & Governance*.
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-12142-0>
- Duarte, F. (2007). Contabilidad y negocios. Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 2(3).
- Elgin, C. & Erturk, F. (2019). Informal economies around the world: measures, determinants and consequences. *Eurasian Economic Review* 9(2), 221-237.
<https://doi.org/10.1007/s40822-018-0105-5>
- Emilia, S., & Moreno, C. (2013). Building the Female Entrepreneurship Category. *Revista Facultad Ciencias Económicas*, XXI(2), 53–66.
- El Peruano (2022). Sector agropecuario creció 3.5% hasta julio del 2022.
<https://elperuano.pe/noticia/188169-sector-agropecuario-crecio-35-hasta-julio-del-2022>
- Ferrando, A. (2015). Asociatividad Para Mejora De La Competitividad De Pequeños Productores Agrícolas. *Anales Científicos*, 76(1), 177-185.
<https://doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>
- Forero-Bernal, L. A. & Durán-Duarte, L. K. (2019). Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 77-92. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>
- Gabarret, I. & D’Andria, A. (2021). Improving gender equality through entrepreneurship: The role of women-dedicated business incubators. *Journal of the International Council for Small Business*, 2(2), 79–89. <https://doi.org/10.1080/26437015.2021.1882916>
- García, M., Zevallos, E., Barreda, J., Sanchez, I., Flores, T., & Velazco, T. (2008). La Mujer en el Mercado Laboral Peruano.
- García, P., & Artola, M. (2010). El mito de la creación de valor en las PyMEs. Comunicación presentada en XXX Jornadas Nacionales de Administración Financiera, Córdoba, Argentina, 1–15. <http://nulan.mdp.edu.ar/1270/>
- García, S., María, L., Camarena, A., & María, E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129–152.
- Gobierno del Perú (2019). Regímenes tributarios. <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- Gobierno del Perú (2019). Tipos de empresa (Razón Social o Denominación).
<https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
- Gobierno del Perú (2019). Persona Natural versus Persona Jurídica.

<https://www.gob.pe/252-persona-natural-versus-persona-juridica>

- Gómez, L. D. (2011). *Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso*. Estudios agrarios.
- Gruoso, M. P., Gómez, J. H., & Garay, L. (2009). Procesos de asociatividad empresarial: Aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional. *Documentos de Investigación: Facultad de Administración Universidad del Rosario*, 44, 37.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. In *McGraw-Hill* (Sexta- Edi). México D.F.
- Hopp, M. V. (2011). La Sostenibilidad De Los Emprendimientos Asociativos Y Autogestionados: Reflexiones Para La Construcción De La Economía Social En Argentina. *Revista ORG & DEMO*, 12(2), 39–58. <https://doi.org/10.36311/1519-0110.2011.v12n2.1726>
- Ishengoma, E. K. (2018). Entrepreneur Attributes and Formalization of Micro, Small and Medium Enterprises in Tanzania. *Journal of African Business*, 19(4), 491–511. <https://doi.org/10.1080/15228916.2018.1472480>
- Infante, R., Chacaltana, J., & Editores. (2014). *Hacia un desarrollo inclusivo: El caso del Perú*. 391. <https://hdl.handle.net/11362/40343>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2012). IV Censo Nacional Agropecuario - *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/la-mujer-en-actividades-agropecuarias-7922/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Perú: Estructura Empresarial 2018. *Instituto Nacional de Estadística e Informática*, 213. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). Producción y Empleo Informal en el Perú. *Instituto Nacional de Estadística e Informática*, 252. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1764/libro.pdf
- Kaufmann, W., & Feeney, M. K. (2012). Objective Formalization, Perceived Formalization and Perceived Red Tape: Sorting out concepts. *Public Management Review*, 14(8), 1195–1214. <https://doi.org/10.1080/14719037.2012.662447>
- Kenyon, T. (2007). A Framework for Thinking About Enterprise Formalization Policies in Developing Countries. *World Bank Policy Research Working Paper*, 4235. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4235>

- Kuramoto, J. (2011). Articulación empresarial y formalización. Lecciones a partir de proyectos de desarrollo en el Perú y en República Dominicana. *Group for the Analysis of Development and CIES*. <http://hdl.handle.net/10625/47441>
- Ley N° 28015. Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Congreso de la República del Perú (2003).
- Ley N° 26887. Ley General de Sociedades. Congreso de la República del Perú (1997).
- Liendo, M., & Martínez, A. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes. *Instituto de Investigaciones Económicas*, 311–319. https://doi.org/10.1007/978-1-4020-4399-4_33
- Loayza, N. (2008). Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú. *Revista de Estudios Económicos*, 15, 43–65.
- López, L. M., Rubio, G., & Parra, M. (2020). Caracterización multidimensional de la mujer emprendedora: Caso empírico en los municipios de Florencia (Caquetá) e Ibagué (Tolima), Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 28(1), 9–26. <https://doi.org/10.18359/rfce.4012>
- Magnazo, C.; Orchansky, C.; Mata, A.; Suárez, G.; Paiva, E. y Etchegorry, C. (2007), Estrategias asociativas para micro y pequeñas empresas. Argentina. Oficina Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_bai_pub_97.pdf
- Malesky, E., & Taussig, M. (2009). Out of the gray: The impact of provincial institutions on business formalization in Vietnam. *Journal of East Asian Studies*, 9(2), 249–290. <https://doi.org/10.1017/S1598240800003003>
- Mathews, J. (2014). Asociatividad empresarial. Lima: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 15. <http://hdl.handle.net/11354/2373>
- McCaig, B., & Nanowski, J. (2019). Business Formalisation in Vietnam. *Journal of Development Studies*, 55(5), 805–821. <https://doi.org/10.1080/00220388.2018.1475646>
- McQuaid, R. W. (2000). The theory of partnership: why have partnerships? In public-private partnerships. *Managing public-private partnerships for public services: an international perspective*, March, 9–35. https://www.researchgate.net/publication/291300642_The_theory_of_partnership_Why_have_partnerships?enrichId=rgreq-d099549b983b7b3a110753829c27a4db-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI5MTMwMDY0MjtBUzozNDI0NzUzNiY1MTg3ODZAMTQ1ODY2Mzg5ODkxNQ%3D%3D&el=1_x_2&esc=publicationCoverPdf
- Mejía, G. P., & Vargas, N. Y. (2018). Emprendimiento en perspectiva femenina: limitaciones y claves del éxito de las mujeres en los procesos de construcción de empresa en Colombia. Universidad de La Salle, 32. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1535

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *Guía N° 12 Asociatividad para el Comercio Exterior*. <http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handl>.
- Ministerio de Comercio, I. y Turismo. (2016). Formalización empresarial. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion-empresarial>
- Ministerio de Producción. (2011). Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña empresa - RENAMYPE, 2013. http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/pdf/registro_nacional_mype.pdf
- Ministerio de la Mujer y Equidad de Género. (2017). Mujer Asociatividad y Emprendimiento. En Informe de Seguimiento de Programas Sociales del Gobierno de Chile. https://www.dipres.gob.cl/598/articles-250353_resp_inst_minmujeryeg.pdf
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018). Guía de la formalización. https://s3.amazonaws.com/gobpe-production/uploads/document/file/262973/Gui%CC%81a_de_la_formalizacion%CC%81n_21-11.pdf
- Muñoz, M. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 7(3), 76–88. <https://www.redalyc.org/pdf/5118/511851339007.pdf>
- Narvárez, M., Fernández, G., Gutiérrez, C., Revilla, J., & Pérez, C. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná. *Multiciencias*, 9(2), 157–166.
- Olaz, A. J., & Ortiz, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: Una investigación cualitativa en clave competencial. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (22), 51–66. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013). Agroindustrias para el desarrollo. Roma. <https://www.fao.org/3/I3125s/I3125s.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas en América Latina. Experiencias, avances y desafíos. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_368329.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2017). La formalización de las empresas. *Enero*, 1–10. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf
- Ormeño, B. (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 7, 32–43.
- Pagés, C. y Piras, C. (2010), El dividendo de género. Cómo capitalizar el trabajo de las

- mujeres. *Banco Interamericano de Desarrollo*, Nueva York.
- Pérez, J. (2022). Actividad pecuaria e ingresos económicos del pequeño y mediano productor agrario en el Perú. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Perú]
https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/10436/P%c3%a9rez_%20Rojas_%20jos%c3%a9.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pertuzé, J., Rivera, J., Parra, J., Simonetti, I., Malca, O., Zúñiga, M., Flores, M., Gallegos, A., Rouvinski, V., & Terán, J. (2018). Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la alianza del Pacífico. *Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico*, 72.
- Plasencia, J. A., Marrero, F., Bajo, A. M., y Nicado, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 63–73.
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Ponce, M. de F., & Pasco, M. (2018). *Guía de investigación en gestión*.
<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/172009>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido: cómo reinventar el capitalismo y liberar una oleada de innovación y crecimiento. *Harvard Business Review*, 89(1), 31–49.
- Quispe, H., Rodríguez, L., Torres, L., & Velásquez, A. (2015). Plan Estratégico para la Región Piura. (Tesis para magíster). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/14955>
- Rivas, R. D. (2018). La artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista De Museología "Kóot"*, (9), 80–96. <https://doi.org/10.5377/koot.v0i9.5908>
- Robles, M., Saavedra, J., Torero, M., Valdivia, N., & Chacaltana, J. (2001). *Estrategia y racionalidad de la pequeña empresa*. Lima: OIT; GRADE. 537.
<https://www.grade.org.pe/publicaciones/406-estrategias-y-racionalidad-de-la-pequena-empresa/>
- Rodríguez, S., & Hernández, S, (2014). Las sociedades por acciones simplificadas entre la flexibilidad societaria y la formalización del emprendimiento empresarial. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 41, 123-136.
<http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/470/992>
- Rodríguez, D., Caballero, J., & Gómez, S. (2020). Emprendimiento asociativo en mujeres rurales: Trascender de los roles de género tradicionales al empoderamiento productivo. *Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2019, y III Congreso iberoamericano de investigación sobre MIPYME (FAEDPYME)*.
https://www.academia.edu/43815656/EMPREDIMIENTO_ASOCIATIVO_EN_MUJERES_RURALES_TRASCENDER

- Rodríguez, H. (2020). Los obstáculos de la brecha de género y la desigualdad de la mujer. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(29), 24–25. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v15i29.2874>
- Romero, J. y Guevara, S. (2014). Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las MYPES del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado. (Tesis de pregrado en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas, Perú. <https://hdl.handle.net/11042/1864>
- Rosales R. (1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes. *Revista Capítulos*, 51.
- Rositas, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento. *Innovaciones de Negocios*, 11(22), 235-268. <http://eprints.uanl.mx/12605/1/11.22%20Art4%20pp%20235%20-%20268.pdf>
- Saavedra, M. L., & Camarena, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 130–153. <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>
- Salas, V. B. (2016). El Rol de la Asociatividad en la Participación Comercial de los Productores Agrarios: El Caso de Piura. CIES *Consortio de investigación económico y social*, 1–39.
- Sánchez, B. J. (2014). Las Mypes En Perú. Su Importancia Y Propuesta Tributaria. *Quipukamayoc*, 13(25), 127-131. <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>
- Sánchez, M., Chang, E., Camacho, K., & Bonett, K. (2014). Microemprendimientos, Asociatividad y Gestión De Organizaciones Sociales. *Sotavento mba*, 24, 44–56.
- Santa Álvarez, G. L., Hernández Bernal, J. A., & Pabón Pérez, H. L. (2019). La asociatividad como estrategia para mejorar la gestión: un análisis del comercio minorista. *Equidad y Desarrollo*, (33), 185-209. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss33.10>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2020). Global entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019.
- Serrano, A., Montoya, L., & Puentes, G. (2017). Un modelo para la formación en emprendimiento de mujeres cabeza de familia localizadas en el Municipio de Duitama, Colombia. *Espacioas*, 18-34.
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2010). Desarrollando mujeres empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES. Caracas, Venezuela: Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe.

- Social Enterprise Knowledge Network Red. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales: lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica*. January 2014, 367.
- Suárez, E., Mosquera, T., & Del Castillo, S. (2018). Empowerment and associative process of rural women: A case study of rural areas in bogotá and cundinamarca, Colombia. *Agronomía Colombiana*, 36(2), 158–165.
<https://doi.org/10.15446/agron.colomb.v36n2.66927>
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de investigación científica*. Capítulo 2. Editorial Limusa. Ciudad de México pp.37-43.
- Valdivieso, M. (2007). Género y cooperativismo en Venezuela: estudio sobre cooperativas y mujeres emprendedoras y empoderadas. *Revista uniRcoop de la Université de Sherbrooke*, 5(1), 122–145.
- Vercher, N., Escribano, J., & Valero, D. E. (2020). Redes de apoyo al emprendimiento femenino en territorios rurales. *En OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15 (1), 317-356.
- Verheul, I., Stel, A. Van, & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(2), 151–183.
<https://doi.org/10.1080/08985620500532053>
- Williams, C. C., & Shahid, M. S. (2016). Informal entrepreneurship and institutional theory: explaining the varying degrees of (in)formalization of entrepreneurs in Pakistan. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(1–2), 1–25.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2014.963889>
- Yin, R. K., (1994): *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Zabala, H. (2007). Asociatividad, redes sociales y desarrollo local. *Unircoop Americas*, 5(1), 28–50.
- Zylbersztajn, D., & Graça, C. (2003). Los costos de la formalización empresarial: medición de los costos de transacción en Brasil. *Revista de Economía*, 5(9), 146–165.

ANEXOS

ANEXO A: Tipos de Asociatividad

Tabla A1: Tipos de Asociatividad

| Tipo de asociatividad | Definición |
|-------------------------|---|
| Subcontratación | Son relaciones verticales entre los distintos eslabones de la cadena de valor. En muchos casos, se trata de pymes que orientan su producción a clientes grandes. |
| Alianzas estratégicas | Son relaciones horizontales entre empresas que compiten en el mercado, pero que se unen y cooperan en ciertas actividades. |
| Distritos industriales | Son aglomeraciones regionales de un número de empresas de una rama de la industria que se complementan mutuamente y cooperan de manera intensiva para fortalecer la competitividad de la aglomeración. |
| Núcleos empresariales | Son equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro, o de rubros diferentes con problemas en común, que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto. |
| Redes de servicios | Son grupos de personas de una misma profesión, pero con diferentes especialidades, o un conjunto de instituciones que organizan un equipo de trabajo interdisciplinario para cubrir necesidades de potenciales clientes. |
| <i>Pools</i> de compras | Son grupos de empresas que necesitan adquirir productos o servicios similares y se reúnen con el objeto de aumentar el poder de negociación frente a los proveedores. |
| Grupos de exportación | Varias empresas de un mismo sector se agrupan para encarar juntas un proyecto de exportación. Cuentan con un coordinador que las va guiando en el trazado de una estrategia que le permita al grupo colocar sus productos en el exterior. |
| <i>Cluster</i> | Similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas, sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial. |
| <i>Joint Venture</i> | Una nueva sociedad, constituida por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente, que realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios. |
| Consortio | El art. 445 de la Ley General de Sociedades establece que el contrato de consorcio es aquel por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa, con el propósito de obtener un beneficio económico. Las empresas no pierden su personería jurídica, pero con una gerencia común. |

Adaptado de: MINCETUR (2013)

ANEXO B: Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa de Piura, 2011.

Tabla B1: Registro Nacional de Asociaciones de la Micro y Pequeña Empresa de Piura, 2011.

| PIURA | | | | | | | |
|-------|---|-------------|-------------------------------|--|---------------------------|--|--------------------------------|
| Nº | ASOCIACIÓN | RUC | REPRESENTANTE LEGAL | DIRECCIÓN | TELEFONO | E-MAIL | REGISTRO RENAMYPE |
| 1 | ASOCIACION DE PEQUEÑOS Y MICRO EMPRESARIOS DE LA PROVINCIA DE PAITA | 20483891394 | VICTOR HUGO CARCAMO ZAMBRANO | ISABEL BARRETO, MZA. B, LOTE 12, DISTRITO Y PROVINCIA DE PAITA, DEPARTAMENTO DE PIURA | 972515753 | apemipepaita@yahoo.com | 001-2011/GRP-DIREPRO-DIMYPE-C. |
| 2 | ASOCIACION DE PEQUEÑOS MICRO Y MEDIANO EMPRESARIOS DE SERVICIOS INDUSTRIALES, COMERCIALES Y ARTESANALES DEL DEPARTAMENTO DE PIURA - APEMIPÉ PIURA | 20441213957 | FEDERICO MAXIMO ARANA LLANOS | I ETAPA - URB. IGNACIO MERINO, MZA. "H", LOTE 26, DISTRITO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE PIURA. | 073 - 350803 969812287 | apemipepiura@yahoo.es | 002-2011/GRP-DIREPRO-DIMYPE-C. |
| 3 | ASOCIACION DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS INDUSTRIALES DEL PERU - APEMIPE FILIAL SULLANA | 20525352634 | JULIO CESAR VASQUEZ AGUAYO | TRANSVERSAL SAN PABLO Nº 102, URB SANCHEZ CERRO, DISTRITO Y PROVINCIA DE SULLANA, DEPARTAMENTO DE PIURA. | 073-504502 | apemipe_sullana@hotmail.com | 003-2011/GRP-DIREPRO-DIMYPE-C. |
| 4 | ASOCIACION DE PEQUEÑOS Y MICRO INDUSTRIALES DEL PERU - REGION PIURA | 20483861304 | JUAN CARLOS RUIZ VALENCIA | URB. BELLO HORIZONTE, MZA. D1, LOTE 06 - I ETAPA - DISTRITO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE PIURA. | 356176 969675171 | apemipereggraupiura@hotmail.com | 004-2011/GRP-DIREPRO-DIMYPE-C. |
| 5 | ASOCIACION DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS INDUSTRIALES DE SULLANA | 20484297003 | JULIO CESAR ORDINOLA CASTILLO | CALLE UGARTECHE Nº 375, BARRIO NORTE, DISTRITO Y PROVINCIA DE SULLANA, DEPARTAMENTO DE PIURA | 073-316288 | apemipeps@hotmail.com | 005-2011/GRP-DIREPRO-DIMYPE-C. |

ANEXO C: Mujeres y hombre agropecuarios que pertenecen a asociación / comité o cooperativa, según departamento

Tabla C1: Mujeres y hombre agropecuarios que pertenecen a asociación / comité o cooperativa, según departamento

| Departamento | Si pertenece a alguna asociación/comité o cooperativa | | Brecha de género (M-H) |
|---------------|---|-------------|------------------------|
| | Mujeres | Hombres | |
| Total | 22.0 | 23.3 | -1.3 |
| Amazonas | 13.7 | 14.4 | -0.7 |
| Áncash | 25.9 | 31.8 | -5.9 |
| Apurímac | 19.8 | 23.3 | -3.5 |
| Arequipa | 72.5 | 72.4 | 0.2 |
| Ayacucho | 22.8 | 20.3 | 2.5 |
| Cajamarca | 6.0 | 9.4 | -3.4 |
| Cusco | 25.5 | 24.4 | 1.1 |
| Huancavelica | 9.4 | 10.1 | -0.7 |
| Huánuco | 3.3 | 5.4 | -2.1 |
| Ica | 46.3 | 47.1 | -0.8 |
| Junín | 25.5 | 21.8 | 3.6 |
| La Libertad | 25.7 | 30.3 | -4.7 |
| Lambayeque | 71.6 | 67.8 | 3.8 |
| Lima | 56.7 | 58.3 | -1.6 |
| Loreto | 3.2 | 3.8 | -0.6 |
| Madre de Dios | 20.5 | 22.4 | -1.9 |
| Moquegua | 20.9 | 21.1 | -0.2 |
| Pasco | 8.9 | 8.9 | 0.0 |
| Piura | 38.7 | 41.1 | -2.4 |
| Puno | 5.8 | 7.8 | -2.0 |
| San Martín | 11.1 | 14.3 | -3.2 |
| Tacna | 66.5 | 70.3 | -3.8 |
| Tumbes | 46.1 | 49.8 | -3.7 |
| Ucayali | 14.8 | 13.5 | 1.3 |

Adaptado de: INEI (2012)

ANEXO D: Diferencias según tipo de asociación S.A., S.A.C., S.C.R.L. y E.I.R.L.

Tabla D1: Diferencias según tipo de asociación S.A., S.A.C., S.C.R.L. y E.I.R.L.

| Tipo de asociación | Cantidad de Accionistas/Socios | Organización | Capital y Acciones |
|---|--------------------------------|---|--|
| Sociedad Anónima (S.A.) | Mínimo: 2 Máximo: ilimitado | Se debe establecer: - Junta general de accionistas. - Gerencia. - Directorio. | Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones. |
| Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.) | Mínimo: 2 Máximo: 20 | Se debe establecer: - Junta general de accionistas. - Gerencia. - Directorio (opcional). | |
| Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) | Mínimo: 2 Máximo: 20 | Normalmente empresas familiares pequeñas. | Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos. |
| Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) | Máximo: 1 | Una sola persona figura como Gerente General y socio. | Capital definido por aportes del único aportante. |

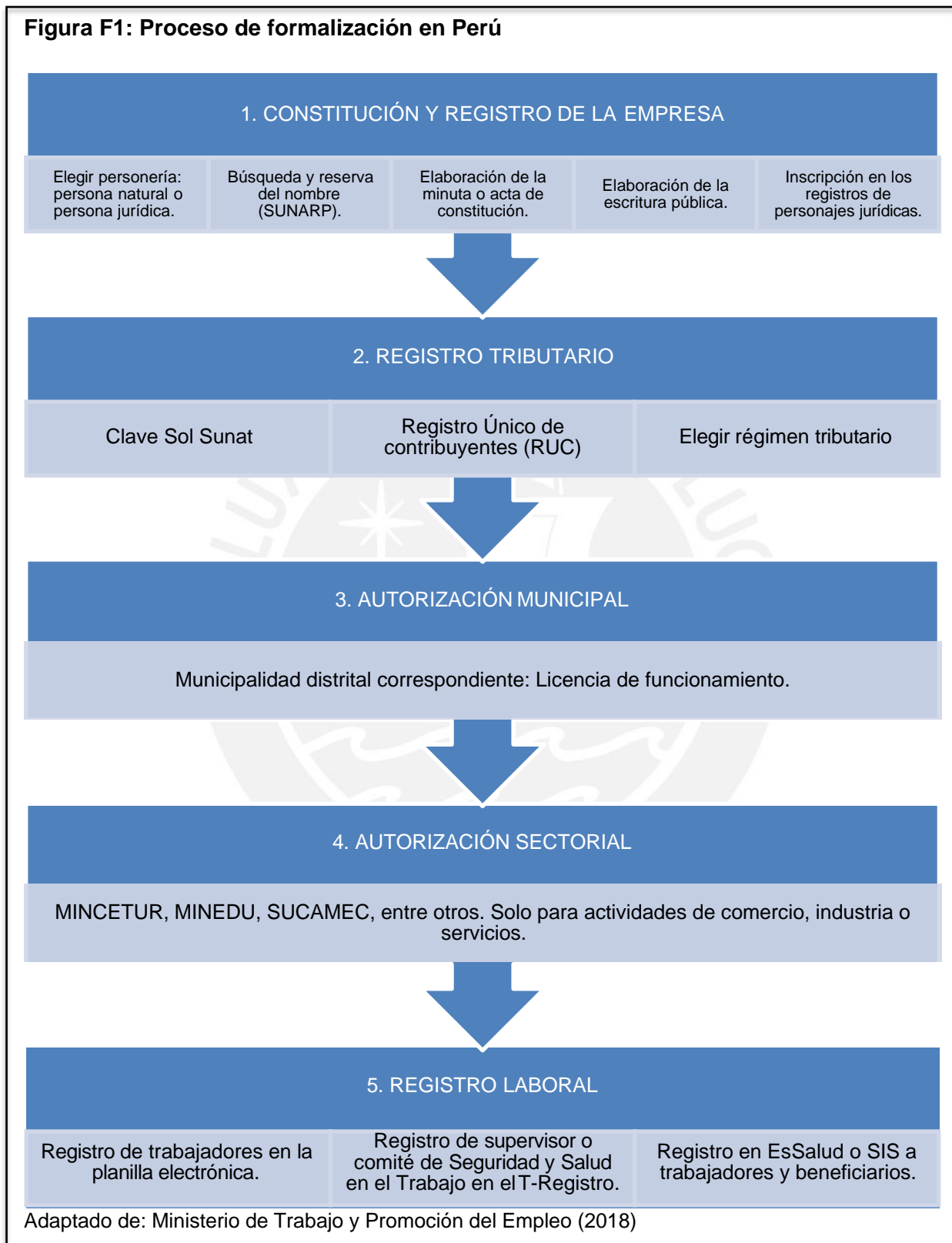
Adaptado de: Gobierno del Perú (2019)

ANEXO E: Comparativo según régimen tributario en Perú

Tabla E1: Comparativo según régimen tributario en Perú

| | Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) | Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER) | Régimen MYPE Tributario (RMT) | Régimen General (RG) |
|---------------------------------------|--|--|---|----------------------|
| Persona Natural | Sí | | | |
| Persona Jurídica | No | Sí | | |
| Límite de ingresos | Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales | Hasta S/ 525,000.00 anuales | Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior) | Sin límite |
| Límite de compras | Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales | Hasta S/ 525,000.00 anuales | Sin límite | |
| Declaración Jurada anual – Renta | No | | Sí | |
| Comprobantes de pago que puede emitir | Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo | Factura, boleta y todos los demás permitidos | | |
| Valor de activos fijos | S/ 70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos | S/126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos | Sin límite | |
| Trabajadores | Sin límite | 10 por turno | Sin límite | |

ANEXO F: Proceso de formalización en Perú



ANEXO G: Matriz de Consistencia

Figura G1: Matriz de consistencia

| | | | | | |
|--|--|---|-----------|---|---|
| FGAD PUCP Seminario de Investigación | Nombre: | AUCCAPIÑA GALLEGOS, Brenda GARCÍA ESPINOZA, Sara | | | |
| | Título de la investigación: | LA FORMALIZACIÓN EN ASOCIACIONES DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS. CASO DE ESTUDIO: MODELO DEL PROYECTO "MUJERES EN LA EMPRESA" EN PIURA DE CARE PERÚ | | | |
| Curso: Seminario de Investigación | | | | | |
| Ficha 6: Matriz de Consistencia completa | | | | | |
| Objetivos | Metodología | | | | Conclusiones |
| Objetivo General | Dimensiones | Fuentes | Variables | Instrumentos | Conclusión General |
| Analizar la estrategia de formalización y su relación con el valor a partir de la asociatividad de emprendimientos femeninos del proyecto "Mujeres en la empresa" en Piura de Care Perú. | 1 Asociatividad empresarial | Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018) | | Entrevistas | Este trabajo de investigación muestra el valor de la formalización en las asociaciones de emprendimientos femeninos del proyecto estudiado, en donde se refleja los beneficios económicos y sociales. En términos generales las asociaciones estudiadas sí percibieron más beneficios que desventajas de formalizarse, sin embargo, según el rubro esta valoración disminuye. |
| | 2 Formalización empresarial | OIT (2015) Robles y otros (2001) | | Entrevistas | |
| | 3. Emprendimiento femenino | Saavedra y Camarena (2015) | | Cuestionario | |
| | 4. Generador de valor | Rodríguez (2012) SEKN (2006) | | Entrevistas | |
| Objetivos específicos | | | | | Conclusiones específicas |
| Describir los fundamentos teóricos vinculados a la generación de valor con la formalización empresarial en el ámbito de la asociatividad de emprendimientos femeninos. | 1 Concepto y tipos de asociatividad | Liendo y Martínez (2001) | | Informe bibliométrico Revisión de literatura teórica: - Scopus - Web of Science - Taylor & Francis - ScienceDirect | La asociatividad según Liendo y Martínez (2001) como un mecanismo de cooperación voluntaria de empresas independientes para alcanzar el éxito en conjunto. En este sentido, la asociatividad puede ser incorporada como una potencialidad, un recurso de acción organizativo que se plasma en las actividades y objetivos comunes de un colectivo, con mayor o menor grado de formalización (estructura, roles, etc.) y en los cuales existe una voluntad manifiesta de asociarse para realizar una actividad, que la mera individualidad no podría desarrollar (Aguirre & Pinto, 2006). La asociación en las mujeres empresarias cumple con una función representativa y de defensa de los intereses de todas ante la sociedad. Es un catalizador del trabajo construyendo redes sociales entre mujeres que viven en un mismo territorio, consiguiendo apoyos importantes y acceso a recursos (Vercher Savall et al., 2020). La formalización debe entenderse más que como una obligación de registro, como un medio de inclusión económica y social de las empresas en los mercados, para que estas aumenten sus índices de productividad, accedan al sistema financiero y sean sostenibles (MINCIT - Ministerio de Comercio, 2016). Las empresas pueden comparar los beneficios potenciales de la formalización en asociaciones, como un mejor acceso al crédito, la infraestructura y otros bienes públicos productivos, una base de clientes más amplia y un menor riesgo de multas, con los costos potenciales, como el pago de impuestos, el cumplimiento de las regulaciones y menos empleo y producción. |
| | 2 Beneficios de la asociatividad | OIT (2007) | | | |
| | 3 Espacio Asociativo (Entorno) | Busson (2012) | | | |
| | 4 Emprendimiento femenino | Forero-Bernal y Durán-Duarte (2019) | | | |
| | 5 Asociatividad en emprendimientos femeninos | Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018) | | | |
| | 6 Concepto y ramas de la formalización empresarial | Ministerio de Comercio (2016) OIT (2017) | | | |
| | 7 Etapas de formalización en organizaciones | Robles y otros (2001) - OIT (2015) | | | |
| | 8 Creación de valor | SEKN (2006) | | | |
| | 9 Formalización como generador de valor | Rodríguez (2012) | | | |

Figura G1: Matriz de consistencia (continuación)

| Objetivos | Metodología | | | | Conclusiones |
|--|--|--|--|--|---|
| Objetivo General | Dimensiones | Fuentes | Variables | Instrumentos | Conclusión General |
| Comprender la situación actual de la formalización en las asociaciones de emprendimientos femeninos en el Perú. | 1 La situación de las asociaciones empresariales en Piura | INEI (2018) | | Revisión de literatura empírica y revisión documental | La asociatividad a nivel nacional como regional, en el caso de Piura, va contribuir no solo a supervivencia de las empresas si no al crecimiento, ahí se muestra la importancia de incentivarlo entre la comunidad buscando el desarrollo económico. Ella contribuye en estimular las capacidades de las mujeres emprendedoras en Piura frente a las brechas y las dificultades del mundo empresarial, es por ello que promoviendo la acción colectiva se generan muchos beneficios que se ven reflejados en su crecimiento como empresa pero también en el de la comunidad. Perú es un país de ingresos medios con un gran sector informal. Construir una estimación confiable del tamaño de la economía informal es difícil, pero con base en datos de encuestas de hogares, el Ministerio de Producción (2017) estima que el 50% de las microempresas en Perú son informales y emplean alrededor del 70% de la población activa. Los beneficios tributarios no surten el efecto deseado debido a diversas dificultades o factores adversos, entre los que se encuentran la desconfianza de los ciudadanos, el costo de la formalidad y las barreras burocráticas, es decir, el exceso de trámites que se deben hacer en muchas oportunidades (Alva, 2012). |
| | 2 La asociatividad de emprendimientos femeninos en Perú | García Cochagne et al. (2008) | | | |
| | 3 La situación y el proceso de la formalización en el Perú | Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo | | | |
| | 4 La formalización en asociaciones de emprendimientos peruanos | Alva (2012) | | | |
| Describir las características de las asociaciones de emprendimientos femeninos del proyecto "Mujeres en la empresa" en Piura | 1 Emprendimiento femenino | Saavedra y Camarena (2015) | <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de estudios - Experiencia laboral - Rendimiento empresarial - Acceso a financiamiento - Asimetrías de género y Políticas Públicas | Cuestionario a Mujeres emprendedoras de las asociaciones | <p>Las emprendedoras de las asociaciones tienen un perfil definido que comprende en su mayoría mujeres entre las edades de 30 a 59 años, que no cuentan con un nivel alto de estudios y tienen hogares con una cantidad media/alta de integrantes, donde predominan cuatro y cinco personas.</p> <p>La formalización de los emprendimientos está presente en un 51%, siendo el rubro de agroindustria que tiene más tendencia a la formalización.</p> <p>A más años de experiencia o conocimientos, más emprendimientos formales de las mujeres.</p> <p>Los ingresos de los emprendimientos apoyan en algunos gastos familiares, pero no representan el ingreso más importante.</p> |
| | 2 Espacio asociativo | Busson (2012) | <ul style="list-style-type: none"> - Grado de concientización - Nivel de consenso-disenso <ul style="list-style-type: none"> - Cercanía geográfica - Dependencia localizada - Tamaño | <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión bibliográfica 2. Entrevistas a 15 líderes de las asociaciones 3. Entrevistas a representantes del proyecto CARE Perú 4. Análisis de la información: Triángulación de las perspectivas de los diversos actores | <p>Existe una buena relación interorganizacional entre las mujeres emprendedoras que forman parte de la misma comunidad, por ello, gracias a esta cercanía geográfica obtienen la materia prima de la misma zona, lo que previene algunos riesgos como la subida de precios. Asimismo, las mujeres son conscientes de la dependencia que hay entre ellas y su entorno, por lo cual el apoyo colectivo es de vital importancia para la mejora del proceso productivo y el aprendizaje de nuevos conocimientos. Además, en las asociaciones las decisiones son tomadas por votación y mayoría, si bien es cierto surgen disensos, han logrado sobrellevarlos con la unión y confianza que se logra al ser una asociación y saber que tienen el mismo propósito.</p> |

Figura G1: Matriz de consistencia (continuación)

| Objetivos | Metodología | | | | Conclusiones |
|--|---|---|---|--|---|
| Objetivo General | Dimensiones | Fuentes | Variables | Instrumentos | Conclusión General |
| Identificar los beneficios y desventajas que genera la asociatividad en los emprendimientos femeninos del proyecto "Mujeres en la empresa" en Piura | 1 Beneficios y desventajas/dificultades de la asociatividad | Gonzales (2008) Ferrando (2015) | Beneficios <ul style="list-style-type: none"> - Financieros: acceso a financiamiento, Grado de garantía con instituciones financieras, Variación de costos - Organizacionales: tipo de gestión del negocio, Nivel de Intercambio de información, Acceso a tecnología, Poder de negociación - Comerciales: competitividad, Acceso a nuevos productos y mercados Desventajas/Dificultades <ul style="list-style-type: none"> - Desconfianza - Desconocimiento de formas de asociatividad - Falta de capacitación o educación - Bajos estándares de calidad | <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión bibliográfica 2. Entrevistas a 15 líderes de las asociaciones 3. Entrevistas a representantes del proyecto CARE Perú 4. Análisis de la información: Triángulacion de las perspectivas de los diversos actores | <p>Los beneficios financieros que genera la asociatividad, el acceso a financiamiento de entidades formales no es reconocido como un beneficio debido a que se creó una nueva gestión de financiamiento por medio de bancos comunales.</p> <p>Los beneficios organizacionales, tanto la asociatividad como el acceso a la formalización lograron beneficios en conjunto. Se desarrollaron nuevas habilidades como cooperación, trabajo en equipo, liderazgo y toma de decisiones, generando un clima de seguridad, en donde las socias compartieron experiencias y conocimientos, mostrando mayor confianza en sus trabajos.</p> <p>Por el lado de beneficios comerciales, la asociatividad les ha permitido expandir sus mercados. Han mejorado sus productos y la oferta ofrecida, lo que ha contribuido al desarrollo de sus negocios.</p> <p>Las asociaciones no son del todo formales, están ubicadas dentro de un nivel de legalidad respecto a la formalización tributaria y comercial. Si las asociaciones atravesaron por los procesos de formalización, pero posterior a ello, no pagan los impuestos establecidos por ley, deben ser consideradas todavía como informales, solo que en menor nivel.</p> |
| | 2 Asociatividad en emprendimientos femeninos | Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018) | <ul style="list-style-type: none"> - Participación femenina - Acceso a nuevos mercados - Desigualdad de género productiva - Autonomía económica - Desarrollo de habilidades (cooperación, solidaridad, trabajo en equipo, liderazgo, toma de decisiones) - Carga de trabajo | | |
| Identificar los aspectos positivos y los espacios de mejora del modelo de formalización del proyecto "Mujeres en la empresa" de asociaciones de emprendimientos femeninos en Piura | 1 Ramas de la formalización empres | OIT (2015) | <ul style="list-style-type: none"> - Estado de formalización comercial - Estado de formalización tributaria | | <p>Las contrataciones con el Estado no han sido aprovechadas debido a las barreras como los requisitos para licitaciones, la valoración de sus productos por parte del Estado y la falta de difusión de concursos.</p> <p>Las contrataciones con empresas privadas sí fue accesible para el rubro de artesanía y agroindustria, sin embargo, no fueron sostenibles en el tiempo por el nivel bajo de maduración.</p> <p>Si hubo acceso a los créditos financieros, pero no fueron usados por las asociaciones porque no eran accesibles y acorde a las necesidades de las emprendedoras.</p> <p>Las asociaciones formalizadas han logrado generar alianzas estratégicas con el Estado y tercer sector (ONG) pero no se concretaron con empresas privadas.</p> <p>La relación con los clientes y proveedores tuvo mejoras porque hubo un incremento de confianza y una mayor seguridad en las compras.</p> <p>Sobre los beneficios tributarios, la formalización ha generado valor parcial solo a las asociaciones del rubro artesanía.</p> <p>En el caso de motivación y productividad, sí existe una relación positiva entre motivación y formalización.</p> <p>Con la formalización de las asociaciones consiguieron la mitigación de las barreras de los derechos básicos: libertad económica, libertad de expresión y acceso a educación.</p> |
| | 2 Etapas de formalización en organiz | OIT (2015) Robles y otros (2001) | <ul style="list-style-type: none"> - Etapa en el proceso de formalización - Grado de legalidad: identificación fiscal, pagos tributarios, licencia de funcionamiento y tributos municipales | | |
| | 3 Relación de la formalización con e | Rodríguez (2012) SEKN (2006) Antlann (2010) | <p>Valor económico: Financiero, organizacional y comercial</p> <p>Valor social</p> <p>Desafíos de la formalización</p> | | |

ANEXO H: Matriz de recolección de información

Figura H1: Matriz de recolección de información

| Consortio de Universidades | | Nombre: AUCCAPIÑA GALLEGOS, Brenda GARCÍA ESPINOZA, Sara | | | | | |
|--|---|---|--|--|------------------------------------|-------------------------------------|------------|
| DOCTORADO EN GESTIÓN ESTRATÉGICA | | Título de la investigación: LA FORMALIZACIÓN EN ASOCIACIONES DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS. CASO DE ESTUDIO: MODELO DEL PROYECTO "MUJERES EN LA EMPRESA" EN PIURA DE CARE PERÚ | | | | | |
| Seminarío de Investigación | | | Profesor: Miguel Villaseca | | | | |
| Ficha 3: Matriz de Recolección de información | | | | | | | |
| Dimensiones | Variables | Autor Nombre (año) | Preguntas | Actor 1 Mujeres de las asociaciones | Actor 2 Líderes de asociaciones | Actor 3 Representantes Care Perú | |
| Dimensión 1: Asociatividad en emprendimientos femeninos | | | | | | | |
| Variable 1.1 | Emprendimiento femenino | Saavedra y Camarena (2015) | 1.1.1 Nivel de estudios | ¿Cuál es tu nivel de estudios? | Cuestionario | Entrevista | |
| | | | 1.1.2 Experiencia laboral | ¿Cuál es tu experiencia en el rubro? ¿Cuál es tu experiencia como emprendedora? | Cuestionario | Entrevista | |
| | | | 1.1.3 Rendimiento empresarial | ¿Qué desafíos tuviste en la creación de tu emprendimiento? ¿Cómo consideras que ha sido el rendimiento de tu negocio? | Cuestionario | | |
| | | | 1.1.4 Acceso a financiamiento | ¿Has intentado acceder a financiamiento para tu emprendimiento? ¿Lograste acceder a crédito para tu negocio? | Cuestionario | | |
| | | | 1.1.5 Asimetrías de género y políticas públicas | ¿Cómo crees que ha aportado tu rol como mujer al emprender? ¿Consideras que las entidades públicas han apoyado a tu emprendimiento? ¿Cuáles? ¿Qué barreras de género han tenido al emprender? | Cuestionario | | |
| Variable 1.2 | Espacio asociativo | Busson (2012) | 1.2.1 Concientización | ¿Cuál es tu nivel de conocimiento del entorno y de las otras participantes? ¿Qué tan dependiente eres en relación a las otras mujeres de la asociación? | Cuestionario | | |
| | | | 1.2.2 Consenso-disenso | ¿Cuál es tu rol en la asociación? ¿Cuál es tu nivel de participación dentro de la asociación? ¿Cómo es la toma de decisiones dentro de la asociación? | Cuestionario | | |
| | | | 1.2.3 Cercanía geográfica | ¿Las personas de la asociación viven cerca de la comunidad? | Cuestionario | | |
| | | | 1.2.4 Dependencia localizada | ¿Todas elaboran el mismo producto? ¿Qué tanto depende una de la otra en la elaboración del producto? | Cuestionario | | |
| | | | 1.2.5 Tamaño | ¿Cuántas personas forman parte de la asociación? ¿Qué tanto influye en las actividades el número de personas? | | Entrevista | |
| Variable 1.3 | Beneficios y desventajas/dificultades de la asociatividad | Gonzales (2008) Ferrando (2015) | 1.3.1 Financieros | ¿Desde que pertenece a la asociación le ha permitido acceder a nuevas fuentes de financiamiento? ¿Ha percibido que al estar asociada es más fácil que las instituciones financieras le brinden crédito? ¿Mediante la asociación ha accedido a menores costos producto de las compras conjuntas? ¿Cómo crees que ha influido en la gestión del negocio el asociarse? | Cuestionario | Entrevista | |
| | | | 1.3.2 Organizacionales | ¿La asociatividad ha contribuido a compartir conocimiento entre las socias? ¿Cómo? ¿Ha accedido a nueva tecnología producto de la asociatividad? ¿A cuál? ¿Cómo es ahora su poder de negociación con las entidades financieras? | Cuestionario | Entrevista | |
| | | | 1.3.3 Comerciales | ¿Han mejorado las operaciones del negocio al asociarse? | Cuestionario | Entrevista | |
| | | | 1.3.4 Desconfianza | ¿Qué cambios ha observado en sus relación con sus clientes? ¿Ha sentido desconfianza frente a las demás asociadas? ¿En qué sentido? | Cuestionario | | |
| | | | 1.3.5 Desconocimiento de formas de asociatividad | ¿Antes de asociarse tenía conocimiento de formas de asociatividad? ¿Cuáles? | Cuestionario | | |
| | | | 1.3.6 Falta de capacitación o educación | ¿Considera haber tenido la capacitación necesaria para asociarse? ¿Qué capacitaciones recibió? | Cuestionario | | |
| | | | 1.3.7 Bajos estándares de calidad | ¿Qué nivel de estándares de calidad maneja? | Cuestionario | | |
| | | | 1.3.8 Temor al fracaso | ¿En algún momento ha pensado que la asociación pueda fracasar? | Cuestionario | | |
| | | | 1.3.9 Preferencia por el trabajo individual | ¿Considera que prefiere trabajar individualmente o de forma colectiva? ¿Ha tenido alguna dificultad para tomar decisiones colectivas? | Cuestionario | | |
| | | | 1.3.10 Capacidad de gestión asociada | ¿Cómo cree que es su capacidad de gestión asociada? | Cuestionario | | |
| Variable 1.4 | Asociatividad en emprendimientos femeninos | Suárez, Mosquera y Del Castillo (2018) | 1.4.1 Participación femenina | ¿Considera que la asociación ha permitido participar en igualdad de condiciones a las mujeres en el mercado? ¿Por qué? | Cuestionario | Entrevista | Entrevista |
| | | | 1.4.2 Acceso a nuevos mercados | ¿Han accedido a nuevos mercados tras asociarse? | Cuestionario | Entrevista | Entrevista |
| | | | 1.4.3 Desigualdad de género productiva | ¿Sus productos se comercializan en otros mercados producto de la asociación? (Observación) | Cuestionario | | Entrevista |
| | | | 1.4.4 Autonomía económica | ¿Cómo se encuentra su economía al asociarse? ¿Qué cambios noto? | Cuestionario | | Entrevista |
| | | | 1.4.5 Desarrollo de habilidades | ¿Qué capacidades y habilidades han desarrollado al asociarse? ¿Cuáles considera que son las principales habilidades para su buen desempeño? | Cuestionario | | Entrevista |
| | | | 1.4.6 Carga de trabajo | ¿Las actividades en la asociación han influenciado en la carga de trabajo en el hogar? ¿de qué manera ha cambiado? | Cuestionario | Entrevista | Entrevista |

Figura H1: Matriz de recolección de información (Continuación)

| Dimensiones /criterios / ejes / Macrovariables | | MICROVARIABLES | Autor Nombre (año) | Preguntas | Actor 1 | Actor 2 | Actor 3 |
|--|---|---|----------------------|---|---|-------------------------|--------------------------|
| | | | | | Mujeres de las asociaciones (encuestas) | Líderes de asociaciones | Representantes Care Perú |
| Variable 2.1 | Ramas de la formalización empresarial | 2.1.1 Estado de formalización comercial | OIT (2015) | ¿Las asociaciones tienen formalización comercial? ¿Antes de ingresar al programa de Care? ¿Se encuentran en Registros Públicos? | | Entrevista | |
| | | 2.1.2 Estado de formalización tributaria | | ¿La asociación tiene formalización tributaria? ¿Antes de ingresar al programa de Care? ¿Pagan impuestos a la SUNAT? ¿Cuál es su régimen tributario? | | Entrevista | |
| | | 2.1.3 Estado de formalización laboral | | ¿La asociación a la cual representa tiene formalización laboral? ¿En caso contrario, existe una planificación para este tipo de formalización? | | Entrevista | |
| Variable 2.2 | Etapas de formalización en organizaciones | 2.2.1 Proceso de formalización | OIT (2015) | ¿Cómo fue el primer acercamiento de Care Perú sobre formalización? ¿Qué tipo de información recibieron sobre la formalización por parte de Care? ¿Recibieron algún taller o evento sobre la formalización? ¿Cómo fue el proceso de capacitación? ¿Cómo fue el acompañamiento de Care para formalizarse? ¿Cuál fue el proceso de formalización que siguieron? ¿Qué tan diferente es a formalizar un solo emprendimiento? ¿Cómo fue el acompañamiento de Care luego de formalizarse? En su experiencia, ¿qué etapa del proceso fue la más compleja? ¿Cuánto fue el tiempo dedicado para formalizarse? ¿Que sea una asociación hace más lento o rápido el proceso? ¿Qué lecciones aprendidas te deja todo el proceso de formalización? ¿Ha recibido apoyo de otros actores para lograr la formalización? ¿Cuáles y en qué consistió? ¿Qué barreras encuentran durante todo el proceso de formalización? ¿Las asociaciones tienen identificación fiscal vigente? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.2.2 Grado de legalidad: identificación fiscal, pagos tributarios, licencia de funcionamiento y tributos municipales | Robles et al. (2001) | ¿Actualmente se pagan los impuestos tributarios a tiempo y constantemente? ¿Las asociaciones tienen licencia de funcionamiento? ¿Qué tributos municipal pagan recurrentemente? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.1 Proyecta confianza al cliente | | ¿Se percibe un mayor reconocimiento por parte de los clientes de la asociación desde que está formalizada? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.2 Participación en concursos públicos del Estado | | ¿Las asociaciones formalizadas han tenido la oportunidad de contratar con el Estado desde que se formalizaron? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.3 Acceso al crédito y servicios financieros | | ¿Ha mejorado el acceso a crédito de las asociaciones desde la formalización? ¿Cómo? ¿Qué entidades bancarias son las más frecuentes? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.4 Acceso a programas del Gobierno | | ¿Siente el respaldo de las entidades públicas para incentivar la formalización? ¿Existen programas de apoyo empresarial que incentiven la formalización de asociaciones de emprendimientos femeninos? Han pertenecido a algunos? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.5 Contratos legales con clientes y proveedores | | ¿Cómo es la relación con los clientes y proveedores al firmar contratos con asociaciones formalizadas? ¿Hay cambios con los clientes? ¿Cuáles? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.6 Más y mejores oportunidades de negocio | | ¿Hubo un crecimiento de las asociaciones al formalizarse? ¿En qué sentido crecieron? ¿Cómo se ve reflejado en la competitividad de las asociaciones? ¿Hay más clientes? ¿Menos costos? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.7 Nuevos mercados y oportunidades de exportación | | ¿Cómo son las relaciones comerciales con los proveedores después de la formalización? ¿Han incrementado sus costos operativos? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.8 Pago de impuestos, regulaciones tributarias e impuestos | | ¿Cuáles son los beneficios tributarios a los que pueden acceder las asociaciones? ¿Se ven perjudicadas por algún tipo de sanción al ser informales? ¿En qué medida se ha incrementado el pago de impuestos y las obligaciones regulatorias desde que se formalizó la asociación? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.9 Responsabilidad de los socios | | Desde que se formalizaron las asociaciones, ¿cómo son las responsabilidades de las socias? ¿Cómo las distribuyen? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.10 Expansión de la empresa | | ¿Considera que las asociaciones formalizadas puedan expandirse a otras regiones? ¿Abrir nuevas sucursales? ¿Por qué? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.11 Equipo motivado | | ¿Cree que la formalización ha motivado a las mujeres de la asociación? ¿Considera que las mujeres de la asociación son más productivas al estar formalizadas? ¿En qué sentido? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.12 Responsabilidad social | | ¿Considera que contribuye con la sociedad al formalizarse? ¿En qué medida? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.13 Inclusión social | | ¿Ha contribuido la formalización al acceso a derechos básicos? ¿Qué tanto? Acceso a educación, libertad de expresión, libertad económica) | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.14 Alianza entre sectores de la comunidad | | ¿Se han creado alianzas estratégicas con otros sectores de la comunidad al estar formalizadas? ¿Cómo eran las relaciones comerciales al ser informales? | | Entrevista | Entrevista |
| | | 2.3.15 Barreras estructurales | | ¿Qué barreras estructurales ha tenido que afrontar para formalizarse? | | Entrevista | Entrevista |

ANEXO I: Guías de investigación

Guía de entrevista para representantes del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú

Nombre y apellidos:

Cargo:

Con respecto al modelo de Formalización

1. ¿Cómo fue la respuesta de las mujeres con el acercamiento de CARE Perú sobre el tema de formalización?
2. ¿Cómo eran los talleres de sensibilización o eventos para promover la formalización? se trabajó en la primera fase porque había asociaciones que existían de forma artesanal. No había presupuesto comunicacional ¿Cuáles fueron los aspectos más resaltantes de la capacitación sobre formalización? ¿Cómo percibiste la actitud de las mujeres con estas actividades?
3. ¿Cómo fue el acompañamiento de CARE Perú para formalizarse? ¿Cuántas y de qué tipo eran las asesorías brindadas?
4. Dentro de los 5 pasos para formalizar la asociación, ¿cuáles consideras que les resultaron más complicados a las mujeres? ¿Por qué?
5. ¿Cuánto fue el tiempo dedicado promedio para formalizar a las emprendedoras? ¿Qué actividades considera que se pueden realizar con mayor rapidez?
6. ¿Cómo fue el acompañamiento de CARE Perú luego de formalizar la asociación?
7. ¿De qué actores externos se recibió apoyo para lograr la formalización?
8. ¿Qué retos encontraste durante todo el proceso de formalización?
9. ¿Qué es lo que más resalta de la experiencia de formalización de CARE Perú?
10. ¿Qué ventajas se encuentran en la formalización en asociaciones?
11. ¿Qué desventajas encontraron luego de formalizar en asociaciones?
12. ¿Qué lecciones aprendidas te deja todo el proceso de formalización?

Formalización y su relación con el valor

1. ¿Las asociaciones formalizadas han tenido la oportunidad de contratar con el Estado desde que se formalizaron? ¿Y con empresas privadas? ¿Creen que se debe a la asociación?
 1. Si la respuesta es no, ¿por qué? ¿Por qué no has considerado esa opción?
 2. Si la respuesta es sí, ¿desde cuándo? ¿Qué tan frecuente es?
2. ¿Se han creado alianzas estratégicas con diversos sectores de la comunidad al formalizar asociaciones? ¿Siente que se genera una identidad comunitaria producto de la formalización? ¿Cómo?
3. ¿Considera que ha mejorado el acceso a crédito de las asociaciones desde la formalización? ¿Cómo? ¿Qué entidades bancarias son las más frecuentes? ¿Aumentaron la línea de crédito? ¿Reducción de intereses?
4. ¿Existen programas de apoyo empresarial o entidades públicas que incentiven la formalización de asociaciones de emprendimientos femeninos? ¿Tienen contacto con alguno de ellos? ¿Alguna apoya el proyecto?
5. ¿Cómo es la relación de los **clientes y proveedores** al firmar contratos con asociaciones formalizadas? ¿Ha percibido cambios en los clientes al formalizarse? ¿Cuáles? ¿Considera que han incrementado los costos operativos de la asociación? ¿Cómo eran las relaciones comerciales al ser informales?
6. ¿Cuáles son los beneficios tributarios a los que pueden acceder las asociaciones? ¿Se veían perjudicadas por algún tipo de sanción al ser informales? ¿En qué medida se ha incrementado el pago de impuestos y las obligaciones regulatorias desde que se

formalizaron las asociaciones? ¿Tiene algún beneficio adicional llevar registros financieros o contables de las asociaciones?

7. Desde que se formalizaron las asociaciones, ¿cómo son las responsabilidades de las socias? ¿Cómo las distribuyen? ¿Cómo es el manejo de la propiedad de los bienes en las asociaciones? ¿Se genera algún tipo de dificultad con ese tema?

8. ¿Cómo consideras que podrían crecer en otras regiones o comunidades? ¿Considera que las asociaciones formalizadas puedan expandirse a otras regiones? ¿Abrir nuevas sucursales? ¿Por qué?

9. ¿Cree que la formalización ha motivado a las mujeres de la asociación? ¿Considera que las mujeres de la asociación son más productivas al estar formalizadas? ¿En qué sentido?

10. ¿Cómo considera que contribuye en la sociedad que una asociación se formalice? ¿En qué medida? ¿Considera que han adquirido valor las asociaciones al formalizarse? ¿Qué valor?

11. ¿Ha contribuido la formalización al acceso a derechos básicos? ¿Qué tanto? ¿Qué derechos básicos? ¿En qué sentido? (Acceso a capacitación, libertad de expresión, libertad económica)

Guía de entrevista para líderes de las asociaciones del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú

Preguntas introductorias

1. Nombre de la líder:
2. Nombre de la asociación
3. ¿Cuántas mujeres forman parte de la asociación?
4. ¿Cómo ha estado tu semana?
5. ¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre?
6. ¿Cómo es un día en tu vida?

Con respecto al modelo de Formalización

1. ¿Cuáles fueron sus impresiones sobre el acercamiento de CARE Perú sobre la formalización?
2. ¿Cómo eran los talleres de sensibilización o eventos para promover la formalización? ¿Cuáles fueron los aspectos más resaltantes de la capacitación sobre formalización? ¿Cómo te sentiste con estas actividades?
3. ¿Cómo fue el acompañamiento por parte de CARE Perú para formalizarse? ¿Cuántas y de qué tipo eran las asesorías brindadas?
4. Dentro de los 5 pasos para formalizar la asociación, ¿cuáles te resultaron más complicados? ¿Por qué?
5. ¿Cuánto fue el tiempo dedicado para formalizarse? ¿Qué actividades considera que se pueden realizar con mayor rapidez?
6. ¿Cómo fue el acompañamiento de CARE Perú luego de formalizar la asociación? ¿Tendrías alguna sugerencia?
7. ¿De qué actores externos se recibió apoyo para lograr la formalización?
8. ¿Qué retos encontraste durante todo el proceso de formalización?
9. ¿Qué es lo que más resalta de CARE Perú de tu experiencia al formalizarse?
10. ¿Qué ventajas se encuentran en formalizarse en asociaciones?
11. ¿Qué desventajas encontraron luego de formalizar en asociaciones?
12. ¿Qué lecciones aprendidas te deja todo el proceso de formalización?

Formalización y su relación con el valor

1. ¿Las asociaciones formalizadas han tenido la oportunidad de contratar con el Estado desde que se formalizaron? ¿Y con empresas privadas? ¿Creen que se debe a la asociación?

1. Si la respuesta es no, ¿por qué? ¿Por qué no has considerado esa opción?

2. Si la respuesta es sí, ¿desde cuándo? ¿Qué tan frecuente es?
2. ¿Se han creado alianzas estratégicas con otros sectores de la comunidad al estar formalizadas? ¿Siente que pertenece más a su comunidad / sentido de pertenencia / (identidad comunitaria) producto de la formalización? ¿Cómo?
3. ¿Ha mejorado el acceso a crédito de las asociaciones desde la formalización? ¿Cómo? ¿Qué entidades bancarias son las más frecuentes?
1. ¿Aumentaron la línea de crédito? ¿Reducción de intereses?
4. ¿Existen programas de apoyo empresarial o entidades públicas que incentiven la formalización de asociaciones de emprendimientos femeninos? ¿Tienen contacto con alguno de ellos? ¿Alguna apoya el proyecto?
5. ¿Cómo es la relación con los clientes y proveedores al firmar contratos con asociaciones formalizadas? ¿Hay cambios con los clientes al formalizarse? ¿Cuáles? ¿Han incrementado sus costos operativos? ¿Cómo eran las relaciones comerciales al ser informales?
6. ¿Cuáles son los beneficios tributarios a los que pueden acceder las asociaciones? ¿Se veían perjudicadas por algún tipo de sanción al ser informales? ¿En qué medida se ha incrementado el pago de impuestos y las obligaciones regulatorias desde que se formalizó la asociación? ¿Tiene algún beneficio adicional llevar registros financieros o contables de las asociaciones?
7. Desde que se formalizaron las asociaciones, ¿cómo son las responsabilidades de las socias? ¿Cómo las distribuyen? ¿Cómo es el manejo de la propiedad de los bienes en las asociaciones? ¿Se genera algún tipo de dificultad con ese tema?
8. ¿Cómo consideras que podrían crecer en otras regiones o comunidades? ¿Considera que las asociaciones formalizadas puedan expandirse a otras regiones? ¿Abrir nuevas sucursales? ¿Por qué?
9. ¿Cree que la formalización ha motivado a las mujeres de la asociación? ¿Considera que las mujeres de la asociación son más productivas al estar formalizadas? ¿En qué sentido?
10. ¿Considera que contribuye con la sociedad al formalizarse? ¿En qué medida? ¿Considera que han adquirido valor las asociaciones al formalizarse? ¿Qué valor?
11. ¿Ha contribuido la formalización al acceso a derechos básicos? ¿Qué tanto? (Acceso a capacitación, libertad de expresión, libertad económica)
12. ¿Considera que hay desventajas al formalizarse? (Sí / No) ¿Cuáles son las principales? ¿Qué barreras encontraron para formalizarse?

| |
|---|
| Ficha para las líderes de las asociaciones del proyecto “Mujeres en la empresa” de CARE Perú |
|---|

Nombre y apellidos: _____
 Nombre de la asociación: _____
 Cargo: _____

1. ¿Cuántas personas forman parte de la asociación? _____
2. ¿Cuál es el rubro al que pertenece la asociación?
 - Agroindustria
 - Artesanía
 - Crianza de animales
 - Otro _____

Ramas de la formalización empresarial

1. Considerando que la formalización comercial implica obtener certificados, licencias y permisos para poder operar.

- ¿La asociación a la cual representa tiene formalización comercial?
- Sí
 - No
2. ¿La formalización comercial se realizó antes de ingresar al programa “Mujeres en la empresa” o fue promovido mediante el programa?
- Antes
 - Después
3. Considerando que la formalización tributaria implica el cumplimiento de las obligaciones tributarias (pago de impuestos) tras registrarse como empresa.
- ¿La asociación a la cual representa tiene formalización tributaria?
- Sí
 - No
4. ¿La formalización tributaria se realizó antes de ingresar al programa “Mujeres en la empresa” o fue promovido mediante el programa?
- Antes
 - Después
5. ¿Cuál es el régimen tributario al cual pertenece la asociación?
- Régimen Especial de Renta
 - Régimen MYPE Tributario
 - Régimen General
 - Otro:
 - Ninguno
6. ¿Los emprendimientos que forman parte de la asociación cuentan con trabajadores?
- Sí
 - No
3. La formalización laboral implica obligaciones del empleador para ofrecer un empleo formal a los colaboradores asalariados (planilla, seguro, gratificación, CTS)
- ¿La asociación a la cual representa tiene formalización laboral?
- Sí
 - No
7. Si su respuesta es no, ¿planea realizar la formalización laboral en los próximos meses?
- Sí
 - No

Grado de Legalidad

1. ¿Cuentan con RUC?
- Sí
 - No
2. ¿Actualmente pagan impuestos tributarios?
- Sí
 - No
3. ¿Quién realiza la declaración de impuestos?
- Líder de la asociación
 - Asistencia técnica de CARE Perú
 - Contratación de experto (Contador)
 - Otro:
4. ¿Tienes licencia de funcionamiento?
- Sí
 - No
5. ¿Pagan impuestos municipales?
- Sí
 - No
6. ¿Qué tributos pagan?

| |
|--|
| Cuestionario para Mujeres emprendedoras del proyecto "Mujeres en la empresa" de CARE Perú |
|--|

Nombre completo:

Preguntas introductorias

1. ¿Cuántos años tienes? Indicar solo el número
2. Nivel educativo
 - Primaria
 - Secundaria
 - Superior No Universitaria
 - Superior Universitaria
 - Sin nivel
3. Nombre del distrito donde vives
4. ¿Cuántas personas forman parte de la familia? (Incluida la persona que responde)
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
5. ¿Eres cabeza de familia?
6. ¿Con quiénes vives?
 - Pareja
 - Hijos
 - Madre
 - Padre
 - Otro familiar

Sobre emprendimiento femenino.

Motivaciones, barreras y estado actual de tu emprendimiento

1. ¿Cuál es el rubro de tu emprendimiento?
 - Agroindustria (algarrobina, mermeladas, derivados del cacao, chifles)
 - Artesanía
 - Crianza de animales
2. ¿Qué te motivó a iniciar tu emprendimiento? Puedes marcar más de 1
 - Realización personal
 - Independencia financiera
 - Oportunidad de negocio
 - Necesidad económica
 - Flexibilidad de tiempos
3. ¿Cuántos años de experiencia tiene el negocio al que te dedicas?
 - De 0 a 1 año
 - De 2 a 3 años
 - De 4 a 5 años
 - De 6 a 7 años
 - Más de 8 años
4. ¿Qué desafíos encontraste al emprender tu negocio? Puede marcar más de 1
 - Conocimientos en administración
 - Acceso a financiamiento
 - Tener un presupuesto reducido
 - Miedo al fracaso
 - Falta de apoyo de la pareja y/o familia
 - Falta de tiempo

- Poca experiencia en el rubro
5. ¿Los ingresos de tu emprendimiento son principales o secundarios?
 - El más importante
 - Tengo otros ingresos mayores
 6. ¿Cuál es tu nivel de conocimiento en temas de administración?
 - Muy bajo
 - Bajo
 - Regular
 - Medio Alto
 - Alto
 7. ¿Cómo consideras que son las ganancias de tu emprendimiento?
 - Me permite ahorrar
 - Cubre todos los gastos del hogar
 - Me ayuda con algunos gastos
 - No tengo ganancias
 - Tengo pérdidas
 8. ¿Tu emprendimiento es formal?
 - Sí
 - No
 9. ¿Consideras que las entidades públicas (Estado) han apoyado tu emprendimiento?
¿Cuáles?
 - Sí
 - No
 10. ¿Algún comentario adicional?

Sobre el Modelo de Asociatividad

Experiencia y situación dentro de la asociación a la que perteneces

1. Nombre de la asociación
2. ¿Cómo ha sido tu experiencia asociativa trabajando con otras mujeres del proyecto?
 - Muy buena
 - Buena
 - Regular
 - Mala
 - Muy mala
3. ¿Qué tanto en tu asociación las actividades que realiza una socia necesita del trabajo previo de otra para terminar el producto final?
 - Nada necesario
 - Totalmente necesario
4. ¿Cuánto tiempo llevas en la asociación?
 - De 0 a 1 año
 - De 2 a 3 años
 - De 3 a 5 años
 - De 6 a 7 años
 - Más de 8 años
5. ¿Cuál es tu rol en la asociación? ¿En qué actividades participas?
 - Comprar/Abastecer
 - Fabricar/ Elaborar
 - Vender/ Promocionar
 - Administrar
 - Otros
6. ¿Cuántas horas semanales le dedicas a la asociación?
 - Hasta 4 horas
 - De 5 a 8 horas

- De 9 a 12 horas
 - De 13 a 16 horas
 - Más de 17 horas
7. ¿Consideras que las decisiones de la asociación las toman todas juntas?
- Nada de acuerdo
 - Muy de acuerdo
8. ¿Qué habilidades crees que has desarrollado en la asociación?
- Liderazgo
 - Trabajo en equipo
 - Comunicación
 - Confianza
 - Empatía
 - Otra

Beneficios y desafíos de la Asociatividad

Principales beneficios y desventajas de formar parte de una asociación

1. Desde su punto de vista, ¿Cuáles son los principales beneficios de **asociarse**? Indicar qué tan frecuente se presentan los **beneficios** en una escala de 1 al 5, donde 1 es con menor frecuencia y 5 con mayor frecuencia.
- Más oportunidades para mujeres
 - Acceso a nuevos clientes
 - Generación ingresos propios
 - Desarrollo de nuevas habilidades
 - Acceso a préstamos
 - Reducción de costos
 - Acceso a mejores herramientas de trabajo
 - Mayores beneficios con proveedores
 - Más ingresos
2. ¿Desde su punto de vista, ¿cuáles son las principales desventajas o dificultades de **asociarse**? Indicar qué tan frecuente se presentan las **desventajas** o dificultades en una escala de 1 al 5 en son 1 es con menor frecuencia y 5 con mayor frecuencia?
- Desconfianza frente a las otras asociadas
 - Desconocimiento de formas de asociatividad
 - Temor al fracaso
 - Preferencia del trabajo individual
 - Baja capacidad de administración
3. ¿Qué otras desventajas o dificultades consideras que hay al asociarse?