



Informe Final del Estudio de Línea de Base Proyecto Strive Women, Mejorando la salud financiera de las mujeres

Preparado para: CARE Perú

Consortio
BEX Consultoría SRL - Laterite BV

Noviembre, 2024

TABLA DE CONTENIDOS

Resumen Ejecutivo	4
Executive Summary	12
1. Introducción.....	19
2. Matriz de Indicadores del Proyecto.....	20
3. Metodología	23
3.1 Diseño Original	23
3.1.1 Diseño cuantitativo	23
3.1.2 Diseño cualitativo	24
3.2 Cambios en el Diseño	25
3.2.1 Diseño cuantitativo	25
3.2.2 Diseño cualitativo	26
3.3 Instrumentos de Recolección de Información	27
3.3.1 Instrumento cuantitativo	27
3.3.2 Instrumento cualitativo	28
3.4 Despliegue del trabajo de campo.....	29
3.4.1 Despliegue cuantitativo.....	29
3.4.2 Despliegue cualitativo.....	30
3.5 Análisis de la información	33
3.5.1 Análisis de datos cuantitativos	33
3.5.2 Análisis de datos cualitativos.....	34
4. Hallazgos y Resultados	35
4.1 Características demográficas	36
4.2 Características de los negocios	42
4.3 Resiliencia Financiera	51
4.4 Confianza y Control	64
4.5 Calidad de Vida.....	74
4.6 Análisis multidimensional	84
5.1 Conclusiones.....	88

5.2 Recomendaciones 90

Resumen Ejecutivo

El proyecto Strive Women, liderado por CARE Perú, es una iniciativa transformadora para mejorar la salud financiera y la resiliencia de las micro y pequeñas empresas (MYPE) lideradas por mujeres en todo el Perú. Este proyecto se basa en el éxito del programa IGNITE, que demostró mejoras mensurables en la educación financiera y el crecimiento empresarial de las mujeres empresarias. Strive Women tiene como objetivo escalar estos logros abordando las barreras sistémicas e individuales que obstaculizan el desarrollo y la sostenibilidad de las empresas dirigidas por mujeres, centrándose en tres pilares clave: resiliencia financiera, confianza y control en la toma de decisiones, y calidad de vida en general.

El proyecto refleja el compromiso de CARE Perú de fomentar la equidad de género y el empoderamiento económico, enfatizando la necesidad de adaptar soluciones a los desafíos específicos de las mujeres emprendedoras. Muchos de estos desafíos surgen de desigualdades sociales y económicas profundamente arraigadas, como el acceso limitado a los servicios financieros, las responsabilidades desproporcionadas de cuidado y los sesgos en los procesos de toma de decisiones empresariales y comunitarios. El proyecto Strive Women tiene como objetivo no solo aliviar estos problemas sino también crear un modelo de intervención replicable que pueda adaptarse a otros países. La iniciativa se centra en las necesidades inmediatas y el empoderamiento a largo plazo, garantizando que las mujeres empresarias puedan prosperar en un entorno empresarial competitivo y al mismo tiempo mejorar su bienestar personal y familiar.

Como parte de esta intervención, el consorcio formado por Bex Consultoría SRL y Laterite BV fue contratado para realizar el estudio de línea de base del proyecto. La metodología para el estudio fue diseñada para proporcionar una comprensión integral de la dinámica financiera, empresarial y personal de las MYPE dirigidas por mujeres en Perú. Se adoptó un enfoque de métodos mixtos, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas para capturar tanto resultados mensurables como conocimientos contextuales.

La metodología cuantitativa se centró en encuestas estructuradas dirigidas a mujeres empresarias en áreas urbanas y rurales del Perú. Se encuestó a un total de 879 mujeres, lo que proporcionó datos estadísticos sobre indicadores clave como prácticas financieras, desempeño empresarial y estrategias de resiliencia. El diseño de la encuesta se basó en los objetivos del proyecto, centrándose en los resultados inmediatos e intermedios relacionados con la resiliencia financiera, la confianza y el control, y la calidad de vida.

Se empleó un método de muestreo aleatorio estratificado para asegurar una representación adecuada de las emprendedoras de diversas regiones del Perú. Se definieron cuatro estratos geográficos —Lima y Callao, Norte, Sur y Centro— y dos estratos basados en la afiliación o no al programa IGNITE. Esto resultó en un total de ocho estratos al combinar estas dos categorías.

El análisis de datos cuantitativos involucró técnicas estadísticas para establecer métricas de referencia e identificar patrones en las prácticas financieras y empresariales de los participantes. Se calcularon diversos indicadores inmediatos e intermedios. Estas métricas proporcionaron una imagen clara del estado actual de las empresas dirigidas por mujeres y resaltaron áreas para una intervención específica. Los datos se desagregaron por la pertenencia al programa IGNITE, por los 8 estratos y por el aliado financiero del que provenía la muestra.

El componente cualitativo complementó las encuestas explorando los factores subyacentes que influyen en los comportamientos y experiencias de los participantes. Este aspecto del estudio involucró seis grupos focales con 35 participantes y 14 entrevistas en profundidad con mujeres empresarias. Los participantes fueron seleccionados para representar una amplia gama de empresas, incluidas aquellas con prácticas ejemplares, asegurando que los hallazgos capturaran tanto los desafíos como los éxitos dentro del ecosistema empresarial.

Los grupos focales proporcionaron una plataforma para debates colectivos sobre temas como la resiliencia financiera, la confianza en la toma de decisiones y el equilibrio entre las responsabilidades comerciales y personales. Los participantes compartieron historias y reflexiones personales, ofreciendo valiosas ideas sobre los contextos sociales y culturales que dieron forma a sus experiencias. Las entrevistas en profundidad enriquecieron aún más el análisis cualitativo al profundizar en narrativas individuales, capturando relatos detallados de desafíos como el acceso al crédito, el manejo del estrés y la superación de los prejuicios en sectores dominados por hombres.

Las transcripciones de grupos focales y entrevistas se analizaron utilizando técnicas de codificación, facilitadas por herramientas de inteligencia artificial para mejorar la precisión y la eficiencia. Los temas se categorizaron según su alineación con los objetivos del estudio, incluidas las prácticas financieras, los procesos de toma de decisiones y los indicadores de calidad de vida. Este enfoque permitió la identificación de patrones recurrentes y conocimientos únicos, que agregaron profundidad a las tendencias numéricas observadas en los datos cuantitativos.

El enfoque de métodos mixtos también permitió la triangulación, mejorando la validez de los hallazgos. Las discrepancias entre los dos conjuntos de datos brindaron oportunidades para explorar dinámicas imprevistas, como el impacto emocional de la toma de decisiones financieras y la influencia de los sesgos de género en el acceso al crédito. Esta metodología hizo posible que se capturaran tanto resultados mensurables como contextos matizados, proporcionando una base para las intervenciones del proyecto.

Las consideraciones éticas fueron fundamentales para el diseño y la implementación del estudio. Todos los participantes dieron su consentimiento informado, con explicaciones claras del propósito, los procedimientos y las medidas de confidencialidad del estudio. Se aseguró a los participantes que sus respuestas permanecerían anónimas y que su participación era voluntaria. Además, se ofrecieron pequeños incentivos financieros para compensar el tiempo y el esfuerzo de los participantes, particularmente aquellos en las entrevistas cualitativas. Se siguieron estrictamente

los protocolos de seguridad de datos para proteger la información sensible, apegándose a los lineamientos éticos de CARE Perú y los estándares internacionales de investigación.

Hallazgos

En características demográficas, la edad promedio de las emprendedoras es de 42 años, destacando que la mayoría (51.7%) tiene entre 30 y 50 años. En cuanto al estado civil, el 52.8% de las participantes tiene pareja (casadas o convivientes), mientras que el 39.5% son solteras nunca casadas. A nivel educativo, se observa un perfil diverso: el 30.9% completó la secundaria, mientras que el 14.3% alcanzó estudios universitarios, con una mayor proporción de estudios superiores entre las participantes del programa IGNITE. La alta representación de mujeres con secundaria completa o más revela un nivel educativo suficiente para gestionar negocios, aunque también indica potencial para fortalecer sus capacidades técnicas y estratégicas.

La carga familiar también es significativa: el 70.6% se identifica como jefas del hogar, y el 25.9% tiene responsabilidades diarias de cuidado de niños, adultos mayores o personas con discapacidad. Estas responsabilidades son más pronunciadas entre las participantes de IGNITE (34.2%). Las diferencias por estratos geográficos muestran, por ejemplo, que las mujeres en Lima y Callao tienden a ser mayores (media de 46 años) y más educadas que en otras regiones.

La subsección de Características de los negocios examina las características principales de los negocios liderados por las participantes, destacando que la mayoría se concentra en sectores como ventas al por menor (34.6%) y alimentos y bebidas (25.4%). Esto sugiere que las emprendedoras tienden a operar en sectores accesibles pero competitivos. El ingreso promedio mensual de los negocios es de 3,154 soles (\$ 830.2), con una ganancia promedio de 1,674 soles (\$ 440.6). Las participantes de IGNITE, en comparación, reportan mayores ingresos y ganancias que las nuevas participantes de Strive, lo que sugiere que el apoyo previo puede haber fortalecido sus negocios. En términos de empleados, los negocios tienen en promedio 2.2 trabajadores. Además, las participantes cuentan con un promedio de 4.3 proveedores. Las diferencias entre regiones son notables: los negocios en Lima y Callao tienden a generar más ingresos.

La resiliencia financiera, un eje central del proyecto, muestra importantes oportunidades de mejora. Solo el 11.4% de las participantes separa las finanzas personales de las del negocio, una práctica esencial para la sostenibilidad financiera. Sin embargo, el 90.4% establece objetivos estratégicos de corto y largo plazo, lo que demuestra un enfoque consciente en el crecimiento empresarial. Además, el 69.7% lleva registros regulares de ingresos y gastos, lo que es crucial para una gestión financiera efectiva. Finalmente, el 90.2% de las emprendedoras indica que requiera 3 meses o menos para recuperarse ante una pérdida significativa en su negocio, lo que sugiere una resiliencia alta.

Las participantes mencionaron que recurren a estrategias de resiliencia como el ahorro o la diversificación de ingresos para manejar crisis financieras. Sin embargo, la adopción de herramientas digitales es limitada, aunque quienes las usan destacan beneficios como la mejora en la eficiencia operativa. Este hallazgo indica que la capacitación en tecnología digital podría ser un componente clave para aumentar la resiliencia financiera. En general, esta subsección enfatiza la

necesidad de mejorar la educación financiera y el acceso a recursos tecnológicos para fortalecer la capacidad de las mujeres emprendedoras frente a desafíos económicos.

El nivel de confianza y control en la gestión de negocios es una dimensión importante de las participantes. Alrededor del 34% toma decisiones empresariales de manera autónoma y sin desear cambiar este comportamiento, reflejando altos niveles de autoconfianza. Sin embargo, 26% toma decisiones de manera autónoma, pero desea tener apoyo. Además, 58.8% de las participantes recurre a redes de apoyo externas para decisiones importantes. Finalmente se observan niveles altos de confianza especialmente en la capacidad de tomar decisiones de manera autónoma, en aumentar la base de clientes, en aumentar proveedores y en tener las capacidades para operar el negocio, sin embargo, aún existe un espacio de mejora en los niveles de confianza vinculados a poder identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero y sobre todo para usar la tecnología digital para operar el negocio.

El análisis cualitativo revela que la autoconfianza y el control están relacionados con el estado civil y la experiencia previa. Por ejemplo, muchas mujeres señalaron que los cursos de capacitación previos aumentaron su capacidad para tomar decisiones informadas. Sin embargo, también se identificaron barreras, como el acceso limitado a redes profesionales más amplias, que podrían ser abordadas mediante programas de mentoría y networking.

La calidad de vida de las emprendedoras está estrechamente vinculada a su capacidad para equilibrar responsabilidades empresariales y personales. El 98.5% de las participantes prioriza la capacidad de repago antes de solicitar un préstamo, reflejando una actitud financiera responsable. Sin embargo, aunque el nivel de satisfacción general con asuntos domésticos, financieros y empresariales es alto, muchas participantes reportan niveles elevados de estrés, especialmente en relación con sus negocios.

Las entrevistas cualitativas destacan que las mujeres valoran su rol dual como madres y empresarias, aunque también expresan agotamiento por las largas horas dedicadas a cumplir ambos roles. Algunas estrategias para mejorar su calidad de vida incluyen delegar tareas domésticas y buscar apoyo familiar, aunque estas opciones no siempre están disponibles. En conjunto, esta subsección subraya la importancia de abordar el bienestar emocional y físico de las emprendedoras como parte integral del proyecto.

El análisis multidimensional se basó en cinco regresiones diseñadas para evaluar correlaciones entre variables clave. Las primeras dos regresiones analizaron los ingresos del negocio (medidos como logaritmo de las ganancias) y la satisfacción empresarial (medida mediante una variable dicotómica). Las tres regresiones restantes exploraron la resiliencia financiera, la confianza y control, y la calidad de vida, incorporando principalmente variables demográficas para minimizar problemas de endogeneidad.

La primera regresión, enfocada en los ingresos del negocio, encontró que la educación superior universitaria, contar con una red de apoyo externa y tener cuentas bancarias separadas están

positivamente correlacionados con mayores ingresos. Los años de experiencia tuvieron un efecto cóncavo, como es de esperarse en este tipo de análisis. La segunda regresión reveló que la satisfacción empresarial está asociada positivamente con el uso de redes sociales para promoción y el acceso a redes de apoyo externas. Geográficamente, las participantes de Lima reportaron mayor satisfacción en comparación con otras regiones. En la dimensión de confianza y control, la educación superior y el uso de redes sociales también mostraron correlaciones positivas. Sin embargo, tener dependientes en el hogar se relacionó negativamente con la confianza. Las participantes de Lima presentaron mayores niveles de confianza en comparación con otras regiones. La resiliencia financiera, medida a través del tiempo de recuperación tras pérdidas, indicó que el cuidado de personas en el hogar se asocia con tiempos de recuperación más cortos, mientras que ubicarse en el norte o depender de redes sociales correlaciona con tiempos más largos. Por último, la calidad de vida, evaluada en términos de satisfacción con los asuntos domésticos, se asoció positivamente con tener dependientes en el hogar y estar en Lima. También se destacó el impacto positivo de tener cuentas bancarias separadas y utilizar recursos en línea para el negocio.

La siguiente tabla contiene los valores iniciales de todos los indicadores del proyecto

Dominio	Tipo	Indicador	Valor
Resiliencia Financiera	Inmediato	Tiene cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar (%)	11.4%
Resiliencia Financiera	Inmediato	Tiene objetivos del negocio a corto y largo plazo (%)	90.4%
Resiliencia Financiera	Inmediato	Acceso a al menos 1 recurso en línea (%)	43.0%
Resiliencia Financiera	Inmediato	3 meses o menos para recuperase de una perdida significativa (%)	90.2%
Resiliencia Financiera	Intermedio	Registra gastos e ingresos de su negocio (%)	69.7%
Resiliencia Financiera	Intermedio	Accede a recursos financieros (%)	96.5%
Resiliencia Financiera	Intermedio	Acceso a al menos 2 recursos en línea (%)	16.0%
Resiliencia Financiera	Intermedio	Adoptaría una estrategia de resiliencia en caso de una perdida significativa (%)	91.4%
Control y Confianza	Inmediato	Nivel de control de las decisiones del negocio - Solo ella da opinión y no quiere otras opiniones (%)	33.7%
Control y Confianza	Inmediato	Nivel de control de las decisiones del negocio - Solo ella da opinión y quiere otras opiniones (%)	25,6%
Control y Confianza	Inmediato	Nivel de control de las decisiones del negocio - Ella da la opinión junto a otras personas y no quiere otras opiniones (%)	17.7%

Dominio	Tipo	Indicador	Valor
Control y Confianza	Inmediato	Nivel de control de las decisiones del negocio - Ella da la opinión junto a otras personas y quiere otras opiniones (%)	17.7%
Control y Confianza	Inmediato	Nivel de control de las decisiones del negocio – No toma decisiones sobre su negocio (%)	5.2%
Control y Confianza	Inmediato	Tengo una red aparte de mis familiares y amigos en la que puedo confiar para tomar decisiones (%)	58.8%
Control y Confianza	Inmediato	Tiene recursos financieros para operar y hacer crecer el negocio(%)	73.7%
Control y Confianza	Intermedio	Confío en mi capacidad para tomar decisiones sobre mi negocio por mi cuenta (%)	98.2%
Control y Confianza	Intermedio	Puedo identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero cuando lo necesito (%)	79.2%
Control y Confianza	Intermedio	Confío en mi capacidad para aumentar mi base de clientes/consumidores(%)	97.5%
Control y Confianza	Intermedio	Tengo las habilidades que necesito para operar y hacer crecer mi negocio (%)	97.4%
Control y Confianza	Intermedio	Me siento preparada para cualquier evento no planificado que pueda afectar (%)	86.7%
Control y Confianza	Intermedio	Confío en mi capacidad para seleccionar proveedores que generen el mejor precio para mi negocio (%)	97.4%
Control y Confianza	Intermedio	Tengo las habilidades para usar la tecnología digital para operar y hacer crecer mi negocio (%)	65.1%
Calidad de Vida	Inmediato	Piensa en capacidad de repago de su préstamo (%)	98.5%
Calidad de Vida	Intermedio	Repago de deuda en función de carga de deuda, ingresos o ganancias (%)	96.4%
Calidad de Vida	Intermedio	Satisfecha con su préstamo (%)	79.6%
Calidad de Vida	Intermedio	Satisfecha con asuntos domésticos (%)	95.3%
Calidad de Vida	Intermedio	Satisfecha con asuntos financieros (%)	91.1%
Calidad de Vida	Intermedio	Satisfecha con asuntos del negocio (%)	96.5%
Calidad de Vida	Intermedio	Tranquilidad ante asuntos domésticos (%)	41.5%

Dominio	Tipo	Indicador	Valor
Calidad de Vida	Intermedio	Tranquilidad ante asuntos financieros (%)	27.8%
Calidad de Vida	Intermedio	Tranquilidad ante negocio (%)	20.3%

Conclusiones y Recomendaciones

El proyecto Strive Women ha demostrado ser una intervención relevante y oportuna para abordar los desafíos complejos que enfrentan las mujeres emprendedoras en Perú. Las conclusiones extraídas del estudio de línea de base reflejan que, aunque las participantes muestran una alta motivación y habilidades para liderar sus negocios, enfrentan barreras estructurales, sociales y emocionales que limitan su capacidad de crecimiento. Estas barreras incluyen el acceso insuficiente a financiamiento formal, la falta de separación entre las finanzas personales y las del negocio, y una carga desproporcionada de responsabilidades familiares y domésticas. Aunque muchas mujeres tienen estrategias claras para manejar sus negocios, como el establecimiento de objetivos y el registro de ingresos y gastos, el estrés derivado de sus múltiples roles y las limitaciones en su entorno restringen su capacidad de maximizar su potencial.

Desde el punto de vista financiero, las mujeres tienen una actitud cautelosa y responsable hacia el endeudamiento, como lo demuestra el hecho de que el 98.5% prioriza la capacidad de repago antes de tomar un préstamo. Sin embargo, solo un 11.4% separa sus finanzas personales de las empresariales, lo que limita su capacidad para evaluar de manera clara el desempeño de su negocio. Este hallazgo subraya la necesidad de reforzar la educación financiera y promover herramientas que faciliten la gestión estructurada de los recursos económicos. Por otro lado, las participantes que han recibido apoyo previo, como las beneficiarias de IGNITE, muestran mejores indicadores en ingresos, confianza y satisfacción, lo que sugiere un impacto positivo de las intervenciones dirigidas.

En términos de confianza y control, el estudio evidencia que, aunque muchas mujeres toman decisiones de manera autónoma, más de la mitad depende de redes cercanas, como familiares o amigos, para la toma de decisiones clave. Esto refleja tanto la importancia del apoyo social como la necesidad de fortalecer la independencia en la gestión empresarial. Además, el análisis muestra que las mujeres con mayor resiliencia financiera tienden a reportar mayores niveles de confianza y mejor calidad de vida, destacando la interrelación entre estas dimensiones y la importancia de abordarlas de manera integrada.

En cuanto a la calidad de vida, las participantes valoran su rol dual como madres y empresarias, pero enfrentan altos niveles de estrés, especialmente relacionado con sus negocios y finanzas. Las responsabilidades domésticas y el tiempo limitado para actividades de ocio representan un desafío para equilibrar sus vidas personales y profesionales. Esto resalta la importancia de crear soluciones que no solo aborden las necesidades empresariales, sino que también consideren el bienestar emocional y físico de las mujeres.

Con base en estas conclusiones, las recomendaciones se centran en intervenciones integrales que aborden las barreras identificadas. En primer lugar, se recomienda fortalecer la educación financiera mediante capacitaciones enfocadas en la separación de finanzas personales y empresariales, la planificación estratégica y el uso de herramientas digitales. Esto podría incluir el acceso a software simple y accesible para registrar ingresos y gastos, así como talleres prácticos que promuevan una gestión eficiente de los recursos.

En segundo lugar, es esencial mejorar el acceso a financiamiento adecuado para las necesidades de las emprendedoras. Esto incluye diseñar productos financieros con tasas de interés competitivas, períodos de gracia flexibles y asesoramiento personalizado. También se debe fomentar la creación de programas de créditos que tomen en cuenta las particularidades de los negocios liderados por mujeres y reduzcan las barreras de entrada al sistema financiero formal.

Otro punto clave es la promoción de redes de apoyo y mentoría. Crear espacios donde las mujeres puedan interactuar con otras emprendedoras, compartir experiencias y recibir asesoramiento de mentoras experimentadas es fundamental para fortalecer su confianza y expandir su capacidad de toma de decisiones.

Finalmente, se recomienda implementar programas de bienestar integral que reduzcan el estrés asociado con la gestión empresarial y las responsabilidades familiares. Esto podría incluir talleres sobre manejo del tiempo, estrategias para delegar responsabilidades y opciones de cuidado infantil que liberen tiempo para las emprendedoras. Estas intervenciones no solo mejorarían su calidad de vida, sino que también contribuirían a aumentar su productividad y motivación.

En resumen, las conclusiones de la línea de base del proyecto Strive Women destacan la necesidad de un enfoque integral de capacitación técnica, acceso a recursos financieros, promoción de redes de apoyo y estrategias para mejorar el bienestar personal.

Executive Summary

The Strive Women project, led by CARE Peru, is a transformative initiative aimed at improving the financial health and resilience of micro and small enterprises (MYPE) led by women across Peru. This project builds on the success of the IGNITE program, which demonstrated measurable improvements in financial education and business growth for women entrepreneurs. Strive Women aims to scale these achievements by addressing both systemic and individual barriers that hinder the development and sustainability of women-led businesses, focusing on three key pillars: financial resilience, confidence and control in decision-making, and overall quality of life.

The project reflects CARE Peru's commitment to fostering gender equity and economic empowerment, emphasizing the need to tailor solutions to the specific challenges faced by women entrepreneurs. Many of these challenges stem from deeply rooted social and economic inequalities, such as limited access to financial services, disproportionate caregiving responsibilities, and biases in business and community decision-making processes. Strive Women aims not only to alleviate these issues but also to create a replicable intervention model that can be adapted to other countries. The initiative focuses on immediate needs and long-term empowerment, ensuring that women entrepreneurs can thrive in a competitive business environment while also improving their personal and family well-being.

As part of this intervention, a consortium formed by Bex Consultoria SRL and Laterite BV was hired to conduct the baseline study of the project. The methodology for the study was designed to provide a comprehensive understanding of the financial, business, and personal dynamics of women-led MYPEs in Peru. A mixed-methods approach was adopted, integrating quantitative and qualitative techniques to capture both measurable outcomes and contextual insights.

The quantitative methodology focused on structured surveys targeting women entrepreneurs in urban and rural areas of Peru. A total of 879 women were surveyed, providing statistical data on key indicators such as financial practices, business performance, and resilience strategies. The survey design was based on the project's objectives, focusing on immediate and intermediate outcomes related to financial resilience, confidence and control, and quality of life.

A stratified random sampling method was employed to ensure adequate representation of female entrepreneurs from various regions of Peru. Four geographic strata were defined—Lima and Callao, North, South, and Central—along with two strata based on whether participants were affiliated with the IGNITE program or not. This approach resulted in a total of eight strata by combining these two categories.

The analysis of quantitative data involved statistical techniques to establish baseline metrics and identify patterns in the financial and business practices of the participants. Several immediate and intermediate indicators were calculated. These metrics provided a clear picture of the current state of women-led businesses and highlighted areas for specific intervention. The data were disaggregated by membership in the IGNITE program, by the eight strata, and by the financial partner from which the sample originated.

The qualitative component complemented the surveys by exploring the underlying factors influencing the behaviors and experiences of the participants. This aspect of the study involved six focus groups with 35 participants and 14 in-depth interviews with women entrepreneurs. Participants were selected to represent a broad range of businesses, including those with exemplary practices, ensuring that the findings captured both challenges and successes within the business ecosystem.

Focus groups provided a platform for collective discussions on topics such as financial resilience, confidence in decision-making, and balancing business and personal responsibilities. Participants shared stories and personal reflections, offering valuable insights into the social and cultural contexts that shaped their experiences. In-depth interviews further enriched the qualitative analysis by delving into individual narratives, capturing detailed accounts of challenges such as access to credit, stress management, and overcoming biases in male-dominated sectors.

Transcripts from focus groups and interviews were analyzed using coding techniques, facilitated by artificial intelligence tools to enhance accuracy and efficiency. Themes were categorized according to their alignment with the study's objectives, including financial practices, decision-making processes, and quality of life indicators. This approach allowed for the identification of recurring patterns and unique insights, which added depth to the numerical trends observed in the quantitative data.

The mixed methods approach also enabled triangulation, enhancing the validity of the findings. Discrepancies between the two data sets provided opportunities to explore unexpected dynamics, such as the emotional impact of financial decision-making and the influence of gender biases on access to credit. This methodology made it possible to capture both measurable outcomes and nuanced contexts, providing a foundation for the project's interventions.

Ethical considerations were fundamental to the design and implementation of the study. All participants gave informed consent, with clear explanations of the purpose, procedures, and confidentiality measures of the study. Participants were assured that their responses would remain anonymous and that their participation was voluntary. Additionally, small financial incentives were offered to compensate for the time and effort of participants, particularly those in qualitative interviews. Data security protocols were strictly followed to protect sensitive information, adhering to CARE Peru's ethical guidelines and international research standards.

Findings

Demographic characteristics show that the average age of the entrepreneurs is 42 years, with the majority (51.7%) aged between 30 and 50 years. Regarding marital status, 52.8% of the participants have a partner (married or cohabiting), while 39.5% are single, never married. Educationally, a diverse profile is observed: 30.9% completed high school, while 14.3% achieved university studies, with a higher proportion of higher education among participants of the IGNITE program. The high representation of women with complete high school or more reveals an educational level sufficient to manage businesses, although it also indicates potential to strengthen their technical and strategic capacities.

The family burden is also significant: 70.6% identify as heads of household, and 25.9% have daily caregiving responsibilities for children, the elderly, or people with disabilities. These responsibilities are more pronounced among IGNITE participants (34.2%). Geographic strata differences show, for example, that women in Lima and Callao tend to be older (average age 46 years) and more educated than in other regions.

The Business Characteristics subsection examines the main characteristics of the businesses led by the participants, highlighting that the majority are concentrated in sectors such as retail (34.6%) and food and beverages (25.4%). This suggests that entrepreneurs tend to operate in accessible but competitive sectors. The average monthly business income is 3,154 soles (\$830.2), with an average profit of 1,674 soles (\$440.6). IGNITE participants, in comparison, report higher incomes and profits than new Strive participants, suggesting that prior support may have strengthened their businesses. In terms of employees, businesses have an average of 2.2 workers. Additionally, participants have an average of 4.3 suppliers. Regional differences are notable: businesses in Lima and Callao tend to generate more income.

Financial resilience, a central axis of the project, shows significant opportunities for improvement. Only 11.4% of the participants separate their personal finances from those of the business, an essential practice for financial sustainability. However, 90.4% establish short and long-term strategic objectives, demonstrating a conscious focus on business growth. Additionally, 69.7% keep regular records of income and expenses, which is crucial for effective financial management. Finally, 90.2% of the entrepreneurs indicate that they require 3 months or less to recover from a significant loss in their business, suggesting high resilience.

Participants mentioned that they resort to resilience strategies such as savings or income diversification to manage financial crises. However, the adoption of digital tools is limited, although those who use them highlight benefits such as improved operational efficiency. This finding indicates that training in digital technology could be a key component to increase financial resilience. Overall, this subsection emphasizes the need to improve financial education and access to technological resources to strengthen the capacity of women entrepreneurs to face economic challenges.

The level of confidence and control in business management is an important dimension for participants. Around 34% make business decisions autonomously and do not wish to change this behavior, reflecting high levels of self-confidence. However, 26% make decisions autonomously but wish to have support. Additionally, 58.8% of participants rely on external support networks for important decisions. Finally, high levels of confidence are observed, especially in the capacity to make autonomous decisions, increase the customer base, increase suppliers, and have the capacities to operate the business. However, there is still room for improvement in confidence levels linked to being able to identify institutions and individuals to receive financial support and, above all, to use digital technology to operate the business.

The qualitative analysis reveals that self-confidence and control are related to marital status and previous experience. For example, many women noted that previous training courses increased their capacity to make informed decisions. However, barriers were also identified, such as limited

access to broader professional networks, which could be addressed through mentorship and networking programs.

The quality of life of entrepreneurs is closely linked to their ability to balance business and personal responsibilities. 98.5% of participants prioritize repayment capacity before applying for a loan, reflecting a financially responsible attitude. However, although the general level of satisfaction with domestic, financial, and business matters is high, many participants report high levels of stress, especially in relation to their businesses.

Qualitative interviews highlight that women value their dual role as mothers and entrepreneurs, although they also express exhaustion from the long hours dedicated to fulfilling both roles. Some strategies to improve their quality of life include delegating household tasks and seeking family support, although these options are not always available. Together, this subsection underscores the importance of addressing the emotional and physical well-being of entrepreneurs as an integral part of the project.

The multidimensional analysis was based on five regressions designed to assess correlations between key variables. The first two regressions analyzed business income (measured as the logarithm of earnings) and business satisfaction (measured using a dichotomous variable). The remaining three regressions explored financial resilience, confidence and control, and quality of life, incorporating mainly demographic variables to minimize endogeneity issues.

The first regression, focused on business income, found that higher university education, having an external support network, and having separate bank accounts are positively correlated with higher income. Years of experience had a concave effect, as is to be expected in this type of analysis. The second regression revealed that business satisfaction is positively associated with the use of social networks for promotion and access to external support networks. Geographically, participants from Lima reported higher satisfaction compared to other regions. In the dimension of confidence and control, higher education and the use of social networks also showed positive correlations. However, having dependents at home was negatively related to confidence. Participants from Lima showed higher levels of confidence compared to other regions. Financial resilience, measured through recovery time after losses, indicated that caregiving at home is associated with shorter recovery times, while being located in the north or depending on social networks correlates with longer times. Lastly, quality of life, evaluated in terms of satisfaction with domestic matters, was positively associated with having dependents at home and being in Lima. The positive impact of having separate bank accounts and using online resources for the business was also highlighted.

The following table contains the initial values of all indicators in the project.

Domain	Guy	Indicator	Value
Financial Resilience	Immediate	Have separate financial accounts for business and home (%)	11.4%
Financial Resilience	Immediate	Have short-term and long-term business goals (%)	90.4%

Domain	Guy	Indicator	Value
Financial Resilience	Immediate	Access to at least 1 online resource (%)	43.0%
Financial Resilience	Immediate	3 months or less to recover from a significant loss (%)	90.2%
Financial Resilience	Intermediate	Records expenses and income for their business (%)	69.7%
Financial Resilience	Intermediate	Access financial resources (%)	96.5%
Financial Resilience	Intermediate	Access to at least 2 online resources (%)	16.0%
Financial Resilience	Intermediate	Adopt a resilience strategy in the event of a significant loss (%)	91.4%
Control and Trust	Immediate	Level of control of business decisions - Only she gives opinion and does not want other opinions (%)	33.7%
Control and Trust	Immediate	Level of control of business decisions - Only she gives opinion and wants other opinions (%)	25,6%
Control and Trust	Immediate	Level of control of business decisions - She gives the opinion together with other people and does not want other opinions (%)	17.7%
Control and Trust	Immediate	Level of control of business decisions - She gives the opinion together with other people and wants other opinions (%)	17.7%
Control and Trust	Immediate	Level of control of business decisions – She do not take decisions over her business (%)	5.2%
Control and Trust	Immediate	I have a network apart from my family and friends that I can rely on to make decisions (%)	58.8%
Control and Trust	Immediate	You have financial resources to operate and grow the business (%)	73.7%
Control and Trust	Intermediate	I am confident in my ability to make decisions about my business on my own (%)	98.2%
Control and Trust	Intermediate	I can identify institutions and individuals to receive financial support when I need it (%)	79.2%
Control and Trust	Intermediate	I am confident in my ability to grow my customer/consumer base (%)	97.5%
Control and Trust	Intermediate	I have the skills I need to operate and grow my business (%)	97.4%
Control and Trust	Intermediate	I feel prepared for any unplanned events that may affect (%)	86.7%

Domain	Guy	Indicator	Value
Control and Trust	Intermediate	I am confident in my ability to select suppliers that generate the best price for my business (%)	97.4%
Control and Trust	Intermediate	I have the skills to use digital technology to operate and grow my business (%)	65.1%
Quality of Life	Immediate	Think about their loan's repayment capacity (%)	98.5%
Quality of Life	Intermediate	Debt repayment based on debt load, income, or earnings (%)	96.4%
Quality of Life	Intermediate	Satisfied with their loan (%)	79.6%
Quality of Life	Intermediate	Satisfied with domestic matters (%)	95.3%
Quality of Life	Intermediate	Satisfied with financial matters (%)	91.1%
Quality of Life	Intermediate	Satisfied with business matters (%)	96.5%
Quality of Life	Intermediate	Peace of mind regarding household matters (%)	41.5%
Quality of Life	Intermediate	Peace of mind regarding financial matters (%)	27.8%
Quality of Life	Intermediate	Peace of mind regarding matters (%)	20.3%

Conclusions and Recommendations

Strive Women has proven to be a relevant and timely intervention to address the complex challenges faced by women entrepreneurs in Peru. The conclusions drawn from the baseline study reflect that, although participants show high motivation and skills to lead their businesses, they face structural, social, and emotional barriers that limit their growth potential. These barriers include insufficient access to formal financing, the lack of separation between personal and business finances, and a disproportionate burden of family and domestic responsibilities. Although many women have clear strategies for managing their businesses, such as setting goals and keeping records of income and expenses, the stress derived from their multiple roles and limitations in their environment restrict their capacity to maximize their potential.

From a financial perspective, women have a cautious and responsible attitude towards indebtedness, as evidenced by the fact that 98.5% prioritize repayment capacity before taking out a loan. However, only 11.4% separate their personal finances from their business finances, limiting their ability to clearly assess the performance of their business. This finding underscores the need to strengthen financial education and promote tools that facilitate structured management of

economic resources. On the other hand, participants who have received previous support, such as beneficiaries of IGNITE, show better indicators in income, confidence, and satisfaction, suggesting a positive impact of targeted interventions.

In terms of confidence and control, the study shows that, although many women make decisions autonomously, more than half depend on close networks, such as family or friends, for key decision-making. This reflects both the importance of social support and the need to strengthen independence in business management. Additionally, the analysis shows that women with greater financial resilience tend to report higher levels of confidence and better quality of life, highlighting the interrelationship between these dimensions and the importance of addressing them in an integrated manner.

Regarding quality of life, participants value their dual role as mothers and entrepreneurs, but face high levels of stress, especially related to their businesses and finances. Domestic responsibilities and limited time for leisure activities pose a challenge to balancing their personal and professional lives. This highlights the importance of creating solutions that not only address business needs but also consider the emotional and physical well-being of women.

Based on these conclusions, the recommendations focus on comprehensive interventions that address the identified barriers. First, it is recommended to strengthen financial education through training focused on separating personal and business finances, strategic planning, and the use of digital tools. This could include access to simple and accessible software to record income and expenses, as well as practical workshops that promote efficient resource management.

Second, it is essential to improve access to financing that meets the needs of entrepreneurs. This includes designing financial products with competitive interest rates, flexible grace periods, and personalized advice. It is also necessary to promote the creation of credit programs that take into account the particularities of businesses led by women and reduce barriers to entry into the formal financial system.

Another key point is the promotion of support and mentorship networks. Creating spaces where women can interact with other entrepreneurs, share experiences, and receive advice from experienced mentors is crucial to strengthening their confidence and expanding their decision-making capacity.

Finally, it is recommended to implement comprehensive wellness programs that reduce the stress associated with business management and family responsibilities. This could include workshops on time management, strategies for delegating responsibilities, and childcare options that free up time for entrepreneurs. These interventions would not only improve their quality of life but also contribute to increasing their productivity and motivation.

In summary, the conclusions from the baseline study of the Strive Women project highlight the need for a comprehensive approach to technical training, access to financial resources, promotion of support networks, and strategies to improve personal well-being.

1. Introducción

El proyecto Strive Women, liderado por CARE Perú, tiene como propósito mejorar la salud financiera de las micro y pequeñas empresas (M-Mypes) lideradas por mujeres en el Perú, promoviendo su crecimiento empresarial y fortaleciendo su resiliencia financiera. Esta iniciativa busca responder a las necesidades específicas de mujeres emprendedoras en el país, quienes enfrentan barreras significativas para acceder a servicios financieros formales y mejorar su bienestar económico. En el contexto de un entorno económico desafiante, caracterizado por la contracción del Producto Bruto Interno (PBI) y una inflación creciente, Strive Women interviene para fortalecer la autonomía económica de las mujeres, brindándoles herramientas y recursos que les permitan enfrentar estos obstáculos. Además de Perú, el programa Strive Women se desarrolla en Pakistán y Vietnam. Este programa representa una expansión de los esfuerzos realizados previamente a través del proyecto IGNITE también liderado por CARE.

Como parte de esta intervención, el consorcio conformado por Bex Consultoría SRL y Laterite BV fue contratado para llevar a cabo el estudio de línea de base del proyecto Strive Women. Esta línea de base, de alcance nacional, fue diseñada para establecer un diagnóstico inicial de las condiciones financieras y empresariales de las beneficiarias, permitiendo evaluar el impacto de las intervenciones del programa a lo largo del tiempo. Para asegurar una cobertura representativa y robusta, la línea de base se implementó en diferentes regiones del país, agrupadas en cuatro zonas (Norte, Centro, Sur y Lima). La muestra incluyó tanto a beneficiarias del proyecto previo IGNITE como a nuevas emprendedoras, permitiendo observar el progreso de aquellas que ya recibieron apoyo de CARE Perú y el impacto inicial en quienes se integraron por primera vez.

Además de las encuestas, la línea de base contempló un componente cualitativo. Esta combinación metodológica permitió capturar tanto datos estadísticos detallados como las experiencias y percepciones de las beneficiarias sobre su desarrollo empresarial, resiliencia financiera y bienestar general.

El informe preliminar se organiza en las siguientes secciones: Matriz de indicadores del proyecto, donde se presentan los indicadores evaluados en la línea de base; Metodología, que detalla el diseño original del estudio, los cambios realizados, los instrumentos de recolección de datos y el despliegue en campo; Hallazgos y resultados, donde se presentan los resultados desagregados por diversos cortes de información, así como un análisis de correlaciones; y Conclusiones y recomendaciones, que resumen los principales hallazgos y ofrecen sugerencias para optimizar futuras intervenciones.

2. Matriz de Indicadores del Proyecto

La línea de base del proyecto Strive Women evaluó una serie de indicadores que permiten medir los resultados inmediatos e intermedios del impacto de la intervención sobre las M-Mypes lideradas por mujeres en Perú. Esta matriz de indicadores está estructurada en tres dimensiones principales para medir la salud financiera: *Resiliencia Financiera*, *Confianza y Control*, y *Calidad de Vida*. Cada dimensión incluye indicadores que reflejan el progreso de las beneficiarias en términos de sus capacidades financieras, empresariales y de bienestar general. La Tabla 1 muestra estos indicadores.

Tabla 1: Matriz de indicadores del Proyecto

Resultado inmediato	Resultado intermedio	Impacto
Resiliencia financiera		
% que separa los ingresos y gastos comerciales y personales	% de los que tienen registros comerciales escritos	% con habilidades de gestión empresarial mejoradas
% que tienen objetivos de negocio	% con acceso a servicios financieros para lograr estos objetivos	% que cumplen con las metas de su negocio
% con al menos una herramienta digital (pagos, cuenta de redes sociales de la empresa, comercio electrónico, gestión empresarial)	% con más de una herramienta digital	% con capacidades digitales mejoradas
% de personas que pueden identificar herramientas de resiliencia (3 meses de gastos operativos en reserva/cuenta)	% de los que adoptan al menos 1 estrategia de resiliencia	-
Confianza y control		
% por nivel de control de las decisiones del negocio	% con confianza en las decisiones individuales	-
% de personas que pueden identificar las redes actuales	% con confianza para expandir las redes más allá de los amigos/familiares (horizontal)	-
% de personas que pueden identificar la base de clientes y proveedores existente	% con confianza para ampliar la base de clientes y proveedores	-
% con confianza para acceder y utilizar los recursos para alcanzar	% de los que acceden a productos financieros	% con aumento de las ventas y de los ingresos/beneficios

Resultado inmediato	Resultado intermedio	Impacto
los objetivos empresariales		
		% con aumento # de empleados remunerados (empleados que ganan un salario digno)
Calidad de vida		
% que conocen la capacidad de pago actual	% que evalúan la capacidad de pagar un nuevo préstamo en función de la carga de deuda actual y las ventas	% que confían en que pueden manejar su carga de deuda actual
% de los que acceden a productos financieros	% de satisfechos con los productos/servicios de FSP	-
% de personas que evalúan cómo se gasta el tiempo y los desafíos de la gestión del tiempo	% con libertad de elección para asignar el tiempo	% que tienen más tiempo para actividades de negocios y de ocio
	% que están satisfechas con sus asuntos domésticos	% con mejora de la calidad de vida
	% que están satisfechas con sus asuntos financieros	
	% que están satisfechas con sus asuntos del negocio	
	% que sienten tranquilidad de completar sus asuntos domésticos	
	% que sienten tranquilidad con sus asuntos financieros	-
	% que sienten tranquilidad con su negocio	

Para esta línea de base, se evaluaron los indicadores inmediatos e intermedios, ya que estos reflejan de manera más precisa el estado inicial de las beneficiarias y permiten un seguimiento del impacto del proyecto en el corto y mediano plazo, mientras que los indicadores de impacto serán medidos en la encuesta de salida del proyecto. En algunos casos, fue necesario realizar aproximaciones a los indicadores debido a que no todos los datos fueron recogidos de forma exacta en la encuesta inicial. Estas aproximaciones se describen detalladamente en el Anexo 1, donde se especifican los ajustes utilizados para su cálculo.

En la matriz también se han identificado algunas recomendaciones para mejorar la coherencia y precisión de los indicadores en futuras evaluaciones. Entre las propuestas realizadas se incluyen:

1. **Ubicar el acceso a recursos financieros exclusivamente dentro de la dimensión de Resiliencia Financiera:** Este indicador actualmente está presente en las tres dimensiones (Resiliencia Financiera, Confianza y Control, y Calidad de Vida), lo que puede llevar a una duplicación en el análisis y dificultar una interpretación clara de su impacto.

2. **Reubicar los indicadores de satisfacción con los productos financieros bajo la dimensión de Resiliencia Financiera:** Estos indicadores, que en la línea de base se encuentran en la categoría de Calidad de Vida, se consideran más alineados con la capacidad de las beneficiarias para mantener la estabilidad financiera de sus negocios y aumentar su resiliencia frente a desafíos económicos.

Estos ajustes propuestos buscan mejorar la consistencia y pertinencia de los indicadores utilizados en el estudio, facilitando así una interpretación más precisa de los resultados obtenidos y permitiendo un monitoreo más eficaz del impacto de las intervenciones del proyecto Strive Women.

3. Metodología

Esta sección describe en detalle el enfoque metodológico adoptado para la línea de base del proyecto Strive Women, explicando el diseño original del estudio, los cambios realizados a lo largo del proceso, los instrumentos de recolección de información empleados y las incidencias registradas durante el trabajo de campo. La metodología combinó un enfoque cuantitativo y cualitativo para captar de manera integral tanto las condiciones iniciales de las beneficiarias respecto a la intervención como sus experiencias como emprendedoras y percepciones sobre la gestión de sus negocios.

3.1 Diseño Original

3.1.1 Diseño cuantitativo

En el diseño original de la recolección de datos cuantitativos se había previsto el uso de una encuesta estructurada dirigida a mujeres emprendedoras. Esta encuesta fue diseñada para evaluar diversos aspectos relacionados con la resiliencia financiera, la confianza empresarial y la calidad de vida de las beneficiarias. Basándose en modelos aplicados en otros países, como Pakistán y Vietnam, el instrumento se adaptó para reflejar el contexto cultural y económico de Perú, con el objetivo de que los datos fueran pertinentes y aplicables. Se asumía que la duración de cada encuesta sería de aproximadamente 30 minutos, para completarla en una única sesión y minimizar la fatiga de las participantes, asegurando así la calidad de la información recolectada.

En cuanto al equipo de campo, el diseño inicial preveía la participación de 12 encuestadoras: cinco para realizar encuestas presenciales en Lima y siete para llevar a cabo entrevistas telefónicas en otras regiones del país. Se esperaba que las encuestadoras presenciales realizaran entre dos y tres encuestas diarias durante los 22 días hábiles de agosto, dedicando el tiempo restante a traslados y ajustes de horarios de acuerdo con la disponibilidad de las empresarias. Por otro lado, las encuestadoras telefónicas tendrían la capacidad de realizar hasta cuatro encuestas diarias, utilizando el tiempo adicional para programar futuras entrevistas. Cada encuestadora dispondría de una tablet para la recolección de datos, y se planificó que la información se cargaría en el servidor inmediatamente después de cada encuesta o, como máximo, al finalizar el día. Además, se estableció un sistema de reporte diario en el que cada encuestadora registraría el número de encuestas completadas y los nombres de las participantes, permitiendo a los investigadores verificar y monitorear la calidad y consistencia de los datos de manera continua.

Para la administración de la encuesta, se propuso el uso de SurveyCTO, una plataforma de recolección de datos electrónicos que permite configurar reglas de consistencia y validación para reducir errores en el proceso de captura. Laterite, como socio estratégico de SurveyCTO, facilitaría la implementación de esta herramienta en campo, asegurando una integración eficiente y segura

tanto para las encuestas presenciales como telefónicas. Este sistema robusto estaba pensado para contribuir a la precisión de los datos y fortalecer el control de calidad a lo largo del trabajo de campo.

En cuanto a incentivos, se planificó un sorteo como forma de reconocimiento para las participantes de las encuestas. Se seleccionaron cuatro ganadoras, cada una de las cuales recibiría un premio valorado en aproximadamente 375 soles. Este incentivo tenía como objetivo reconocer el tiempo y la colaboración de las beneficiarias, así como fomentar su participación en el proceso de recolección de datos.

A continuación, se presenta la Tabla 2 con la muestra original, que detalla la distribución de participantes por región y grupo (beneficiarias del proyecto IGNITE y Strive), según el diseño propuesto para el estudio.

Tabla 2: Muestra cuantitativa original

Región	IGNITE	STRIVE
Norte	128	128
Centro	84	84
Sur	86	86
Lima y Callao	128	128
Total	426	426

3.1.2 Diseño cualitativo

En el diseño original de la línea de base del proyecto Strive Women, se propuso la realización de grupos focales y entrevistas a profundidad como herramientas cualitativas clave para capturar las experiencias, percepciones y desafíos de las mujeres empresarias participantes. Estos métodos cualitativos fueron concebidos para complementar los datos cuantitativos y proporcionar una comprensión más profunda de las dinámicas empresariales, la resiliencia financiera, y la calidad de vida de las beneficiarias.

Los grupos focales explorarían las tres dimensiones que contribuyen a la salud financiera de las emprendedoras, tales como su gestión financiera y empresarial, la confianza y control sobre sus negocios, y sus relaciones personales y calidad de vida. La selección de las participantes para los grupos focales sería aleatoria, asegurando así una representación equilibrada entre las beneficiarias del proyecto IGNITE y las nuevas participantes de Strive Women. En total se programaron 6 grupos focales, 2 por cada dimensión explorada, con 6 participantes cada uno. Cada sesión de grupo focal se programó para durar aproximadamente 90 minutos, una duración considerada adecuada para permitir discusiones exhaustivas sin generar fatiga en las participantes. Estos grupos se realizarían de manera presencial en instalaciones adecuadas en Lima Metropolitana, donde un entorno seguro y cómodo fomentaría una interacción abierta entre las participantes. Se preveía que cada grupo focal contaría con seis participantes, un número manejable que permitiría una discusión rica y fluida.

Para facilitar y documentar las sesiones de los grupos focales, se utilizarían diversos materiales, como papelógrafos, plumones, tarjetas de cartulina, limpiatipo, etiquetas y grabadoras. Los consentimientos informados impresos y los formularios de registro asegurarían el cumplimiento de los requisitos éticos y de documentación. La información recopilada durante las sesiones sería grabada y posteriormente transcrita para realizar un análisis detallado. Se planificó utilizar métodos de codificación temática para identificar patrones y temas emergentes, permitiendo así una interpretación enriquecida de las perspectivas y comportamientos de las empresarias.

En cuanto a las entrevistas a profundidad, estas se diseñaron para obtener una comprensión detallada de las experiencias individuales de las mujeres empresarias de diversas regiones del país, incluidas aquellas que participaron previamente en el proyecto IGNITE. Se esperaba que cada entrevista tuviera una duración aproximada de 40 minutos, lo cual permitiría una exploración en profundidad sin extenderse excesivamente. Los procedimientos de recojo de información incluían la programación de las entrevistas según la disponibilidad de tiempo de las emprendedoras, en un ambiente adecuado para cada sesión. Durante la entrevista, el propósito del estudio se explicaría de manera clara, y se solicitaría el consentimiento verbal de las participantes para grabar la conversación, subrayando la confidencialidad y el uso ético de la información recolectada.

Las entrevistas se realizarían de forma presencial en Lima Metropolitana, brindando un entorno controlado y personal, mientras que en otras regiones se llevarían a cabo mediante llamadas telefónicas o videollamadas, asegurando así la accesibilidad y comodidad de las participantes que no se encuentran en Lima. En total, se planificó la realización de 14 entrevistas a profundidad, seleccionando una variedad de participantes para capturar un amplio espectro de experiencias y opiniones. Esto enriquecería la comprensión del equipo de investigación sobre las dinámicas empresariales de las mujeres en distintas regiones del Perú y proporcionaría insumos valiosos para el análisis del impacto del proyecto Strive Women.

Tanto para las participantes de los grupos focales como las participantes de las entrevistas se planificó una compensación de 75 soles por el tiempo que le dedicaron a participar en las actividades.

3.2 Cambios en el Diseño

3.2.1 Diseño cuantitativo

Durante la implementación del trabajo de campo, se realizaron varios ajustes al diseño original debido a las circunstancias encontradas en la fase operativa. En primer lugar, el trabajo de campo, que inicialmente se esperaba completar en agosto, se extendió hasta octubre. Esto se debió a que la duración de cada encuesta superó la estimación original de 45 minutos, alcanzando un promedio de una hora. Además, hubo demoras en la entrega de las bases de datos por parte de los aliados financieros, quienes proporcionaban la información del marco muestral de Strive Women. Estas demoras afectaron la planificación original y obligaron a extender el período de recolección de datos.

Otro cambio significativo fue en la modalidad de aplicación de las encuestas en Lima. La base de datos para esta región no contenía direcciones, lo cual imposibilitaba realizar encuestas presenciales directamente en los domicilios de las participantes. Esto requería contactar a las beneficiarias por teléfono y coordinar una cita, lo que complicaba la logística de las encuestas presenciales. Tras discutir estas limitaciones con CARE Perú, se acordó realizar todas las encuestas en Lima de manera telefónica, facilitando así el contacto con las participantes y optimizando el uso de recursos.

Para aumentar la tasa de respuesta y motivar a las participantes, también se ajustó el incentivo ofrecido. Originalmente, solo se contemplaba un sorteo de premios, pero se decidió añadir un incentivo monetario directo de 10 soles para cada participante que completara la encuesta, como una forma de agradecimiento por su tiempo. Este cambio permitió mejorar la receptividad y disposición de las participantes, contribuyendo a una mayor tasa de respuesta.

Además, debido a que no todos los estratos contaban con la misma cantidad de emprendedoras en el marco muestral, en algunos de ellos no fue posible alcanzar el tamaño de muestra previsto en la Tabla 2. La disponibilidad desigual de participantes en ciertos estratos afectó la representatividad del muestreo ideal, y la distribución final de la muestra ajustada se presenta en la sección 4 del informe. Los detalles completos sobre la composición del marco muestral se encuentran en el Anexo 2.

Por último, la estructura del equipo de encuestadores también se modificó. El trabajo de campo comenzó con dos encuestadoras, pero a medida que avanzaba el proceso, se incorporaron diez más. En las últimas dos semanas de recolección, se sumaron tres encuestadores adicionales, elevando el equipo a un total de quince personas. Esta ampliación del equipo fue clave para manejar la extensión en el tiempo de las encuestas y asegurar que se alcanzaran los objetivos de cobertura de la muestra en el plazo ajustado.

3.2.2 Diseño cualitativo

Durante la implementación del componente cualitativo, se realizaron algunos ajustes respecto al diseño original debido a la disponibilidad de la muestra y a la logística de la convocatoria. En primer lugar, a solicitud de Care Perú, se realizaron ajustes en las guías de entrevista individuales a fin de reducir su extensión (número de preguntas), así como se contó con 2 versiones distintas. Mientras que en la primera versión se incluyó una serie de preguntas relacionadas con la inclusión financiera de las emprendedoras, en la segunda versión no se recogió dicha información. De igual modo, se incluyó como notas a explorar durante las entrevistas los siguientes aspectos: consejos o recomendaciones que las emprendedoras podrían brindarles a otras mujeres empresarias para estar mejor preparadas en una situación de emergencia, repercusiones de la salud mental de las emprendedoras en sus negocios y factores que afectan su toma de decisiones.

En segundo lugar, CARE Perú asumió la responsabilidad de seleccionar a las participantes para los grupos focales. Para facilitar la participación y asegurar una convocatoria efectiva, se optó por

seleccionar a participantes del programa IGNITE que ya tenían un relacionamiento previo con la institución. Este cambio en la selección permitió un proceso de convocatoria más fluido, aunque también limitó la diversidad de experiencias que se buscaba capturar originalmente al incluir tanto beneficiarias de IGNITE como nuevas participantes de Strive Women.

A pesar de los esfuerzos de convocatoria, no todas las participantes asistieron a los grupos focales. Como resultado, en 5 grupos participaron seis emprendedoras, tal como estaba planeado, mientras que en 1 participaron cinco. Esta variación en el número de asistentes no tuvo un impacto en la dinámica de la discusión. Sumado a ello, los grupos focales fueron realizados por 2 trabajadores de campo con amplia experiencia en estudios cualitativos quienes, previamente, fueron capacitados por el equipo de investigación sobre los procedimientos a seguir para la aplicación de las guías de grupos focales.

En tercer lugar, en cuanto a las entrevistas a profundidad, se realizó un cambio en el criterio de selección y en la modalidad de aplicación. En lugar de una selección completamente aleatoria, se decidió enfocar la selección en participantes identificadas como "*positive deviants*", es decir, emprendedoras que destacaban por sus buenas prácticas empresariales. Las características para seleccionar estos casos fueron: autopercepción de competencias y buenas prácticas empresariales, empleo de planeamiento estratégico, autonomía financiera y respuesta ante shocks. De las 14 entrevistas a profundidad realizadas, ocho correspondieron a participantes que formaron parte de los grupos focales y provinieron de la muestra de IGNITE, mientras que las seis restantes fueron seleccionadas entre las participantes de las encuestas de Strive Women. Esta estrategia permitió recoger ejemplos de buenas prácticas de gestión de sus negocios y experiencias destacadas, aportando información valiosa sobre los comportamientos y prácticas exitosas de las emprendedoras. Adicionalmente, cabe señalar que, todas las entrevistas en profundidad fueron realizadas de manera virtual ya sea mediante la plataforma de videollamada Google Meet o por teléfono, según la familiaridad o comodidad de las emprendedoras respecto a las herramientas virtuales.

3.3 Instrumentos de Recolección de Información

3.3.1 Instrumento cuantitativo

La encuesta abarca varias dimensiones clave para obtener un panorama detallado de las condiciones y prácticas empresariales de las mujeres empresarias, incluyendo:

- **Información Básica y Consentimiento:** Verificación de la disposición del participante para continuar con la encuesta y consentimiento para futuros contactos.
- **Identificación y Demografía:** Datos personales y de contacto, características demográficas fundamentales como edad, educación y composición del hogar.

- **Características del Negocio:** Detalles sobre el tipo de negocio, número de empleados, sector de operación, duración del negocio, y prácticas de registro y gestión.
- **Resiliencia Financiera:** Preguntas sobre la separación de finanzas personales y de negocio, estrategias de resiliencia, y uso de herramientas digitales.
- **Inclusión Financiera:** Uso de servicios financieros formales e informales, acceso a cuentas bancarias, y preferencias de productos financieros.
- **Prácticas de Negocios y Toma de Decisiones:** Exploración de las prácticas de gestión, decisiones estratégicas y el grado de autonomía en la toma de decisiones financieras y operativas.
- **Calidad de Vida y Bienestar:** Evaluación de la satisfacción con aspectos personales, financieros y empresariales, junto con preocupaciones relacionadas con la gestión del tiempo y el estrés.

La encuesta se adjunta al documento.

3.3.2 Instrumento cualitativo

A continuación, se describen las dimensiones exploradas en cada uno de los instrumentos cualitativos. Las guías utilizadas para la conducción de los grupos focales y las entrevistas se adjuntan a este documento.

Dimensiones de los Grupos Focales:

1. **Habilidades de Gestión Financiera y Empresarial y Resiliencia Financiera:** Esta dimensión buscó explorar cómo las participantes manejan sus negocios en el contexto de sus vidas domésticas y financieras. Se abordaron las metas financieras y empresariales que persiguen, así como las prácticas que implementan para asegurar la sostenibilidad y crecimiento de sus negocios.
2. **Confianza en Sí Mismas y el Control sobre sus Negocios:** En esta dimensión, se investigó la autoconfianza de las participantes para administrar y liderar sus negocios. También se identificaron las dificultades que enfrentan en la toma de decisiones empresariales y cómo perciben su nivel de control sobre las operaciones de su empresa.
3. **Calidad de Vida y Relaciones:** Esta dimensión permitió comprender la interacción entre la gestión de los negocios y la vida personal de las participantes, incluyendo los aspectos de su vida que afectan más directamente el manejo de sus negocios y las redes de apoyo con las que cuentan.

Dimensiones de las Entrevistas a Profundidad:

1. **Inclusión Financiera:** Se exploró si las mujeres emprendedoras accedieron a servicios financieros (p.ej. préstamos) para hacer crecer sus negocios y cómo fue su experiencia solicitando los préstamos en las instituciones financieras, así como cuáles fueron las principales dificultades que tuvieron que enfrentar para acceder a créditos o préstamos y sus percepciones respecto a si existe alguna diferencia en el trato que les dieron o en las oportunidades de acceso a créditos para sus negocios.
2. **Habilidades de Gestión Financiera y Empresarial y Resiliencia Financiera:** En esta dimensión, se evaluaron las capacidades de gestión y las prácticas empresariales que aplican en sus negocios, así como la forma en que estas prácticas contribuyen a su resiliencia financiera y estabilidad a largo plazo.
3. **Confianza y Control sobre sus Negocios:** Se indagó el nivel de confianza y control que las emprendedoras sienten sobre la administración de sus negocios, y cómo perciben su capacidad para tomar decisiones clave que afecten el desarrollo de sus empresas.
4. **Calidad de Vida y Relaciones Personales:** Esta dimensión abordó la relación entre la vida personal de las participantes, sus relaciones y la gestión de sus negocios. Se exploraron las áreas de su vida que influyen en su bienestar y su capacidad de administrar su empresa de manera efectiva.
5. **Balance General y Metas Futuras:** En esta última dimensión, se recogió información sobre cómo las empresarias evalúan el éxito de sus negocios y cuáles son sus aspiraciones y metas a futuro, proporcionando un panorama de sus expectativas de crecimiento y desarrollo.

3.4 Despliegue del trabajo de campo

3.4.1 Despliegue cuantitativo

El despliegue del trabajo de campo para la línea de base del proyecto Strive Women implicó un esfuerzo coordinado y estructurado, que se extendió por un total de siete semanas, desde el 2 de septiembre hasta el 14 de octubre. Las actividades de recolección de datos se llevaron a cabo de lunes a sábado, adaptando ocasionalmente los horarios a la disponibilidad de las emprendedoras para incluir algunos domingos. Este proceso requería un enfoque adaptativo para manejar los desafíos logísticos y operativos, garantizando así la cobertura deseada de la muestra dentro del plazo estipulado y asegurando la integridad y calidad de los datos recogidos.

Inicialmente, el equipo en Lima intentó realizar encuestas presenciales, pero enfrentó obstáculos significativos debido a la falta de direcciones físicas precisas en la base de datos. Esta situación complicó la localización de las participantes, ya que se requirió establecer contactos telefónicos previos para coordinar las visitas. Tras una semana de resultados subóptimos, se decidió cambiar a

un formato completamente telefónico, lo que permitió mejorar la eficacia del proceso y optimizar los recursos disponibles.

Además, durante el trabajo de campo, se observó un incremento en la percepción de inseguridad entre las emprendedoras, particularmente en Lima, donde se reportó un aumento de robos y extorsiones a negocios. Esta situación incrementó el recelo de las participantes a compartir información sensible como ingresos, egresos o detalles sobre sus clientes. A pesar de los esfuerzos de los aliados financieros por comunicar el propósito y la confidencialidad de la encuesta, muchas veces esta información no llegó adecuadamente a las emprendedoras, afectando su disposición para colaborar plenamente.

El proceso de despliegue del trabajo de campo se organizó en varias fases. Las primeras dos semanas contaron con la participación de solo dos encuestadoras, enfocadas en calibrar los incentivos y ajustar la metodología de abordaje para minimizar los rechazos. A partir de la tercera semana, se sumaron nueve encuestadores más, totalizando once miembros activos durante el grueso del período de recolección. En las últimas dos semanas, se integraron cuatro encuestadores adicionales, llegando a un equipo final de quince personas. Este ajuste gradual y la expansión oportuna del equipo fueron cruciales para manejar los retos encontrados y asegurar el cumplimiento de los objetivos del estudio en colaboración con CARE Perú.

Finalmente es importante destacar que, a pesar del alto número de emprendedoras incluidas en el marco muestral en la mayoría de los estratos (ver más detalles en el Anexo 2), en muchos casos no fue posible establecer contacto directo con ellas. En concreto, en el 21.8% de los casos, las llamadas fueron enviadas automáticamente al buzón de voz; en el 6.6% de los casos, los números no existían, y en el 8.8% los números registrados eran incorrectos. Como resultado, en el 37% de los intentos no fue posible establecer contacto con ninguna persona. Adicionalmente, en el 29.4% de los casos, quien respondía indicó que el número era incorrecto, lo que implicó que solo en el 33% de los casos, es decir, un tercio, se pudo hablar con las emprendedoras. Este bajo porcentaje de contacto efectivo dificultó significativamente la realización de las encuestas.

Tabla 3: Resumen encuestadores, encuestadoras y tipo de encuesta

Despliegue Cuantitativo	
Encuestadores y Encuestadoras	15
Encuestas presenciales	52 (5.9%)
Encuestas telefónicas	827 (94.1%)

3.4.2 Despliegue cualitativo

El componente cualitativo de la línea de base del proyecto Strive Women incluyó la realización de grupos focales y entrevistas en profundidad, diseñados para capturar las experiencias y percepciones de las mujeres emprendedoras sobre la gestión de sus negocios. El desarrollo de estas

estrategias cualitativas presentó desafíos específicos y requirió adaptaciones metodológicas para garantizar la recolección de datos significativos y de alta calidad.

En primer lugar, los grupos focales se llevaron a cabo durante dos días consecutivos, el 8 y el 9 de octubre, en dos sedes diferentes estratégicamente seleccionados según la cercanía de los hogares de las entrevistadas, en estrecha coordinación con el equipo técnico de Care Perú. En total, se programaron en paralelo tres sesiones para la aplicación de los grupos focales en cada sede seleccionada, permitiendo la participación de diferentes grupos de mujeres provenientes tanto de la muestra de IGNITE como Strive Women. Esta organización permitió maximizar el uso del tiempo y los recursos. Antes de cada grupo focal, se informó a todas las participantes sobre los objetivos del estudio, la confidencialidad de la información y el carácter voluntario de su participación, así como se solicitó su consentimiento por escrito (copia física firmada) y se les entregó una copia del consentimiento informado. Tal como se mencionó previamente, los grupos focales fueron realizados por 2 trabajadores de campo con experiencia en el recojo de información cualitativa. Luego de cada discusión grupal, las emprendedoras recibieron su incentivo económico respectivo.

Posteriormente, una vez finalizado los grupos focales, entre el 13 y el 24 de octubre, se llevaron a cabo las entrevistas en profundidad según la disponibilidad de tiempo de las mujeres emprendedoras. . Estas entrevistas fueron realizadas de forma virtual mediante la plataforma de videollamada Google Meet, dependiendo del conocimiento/manejo de esta herramienta por parte de las entrevistadas o, en su defecto, por llamada telefónica, y estuvieron a cargo del equipo de investigación. Mediante las entrevistas individuales se exploró con más detalle las experiencias y opiniones de las emprendedoras respecto a la gestión de sus negocios, profundizando en temas que no se pudieron abordar completamente en los grupos focales. Al igual que, en los grupos focales, antes de cada entrevista individual, las mujeres emprendedoras fueron informadas sobre los objetivos del estudio y que su participación sería completamente voluntaria. Adicionalmente, se les solicitó su consentimiento verbal tanto para participar en las entrevistas como para que estas sean grabadas. Al finalizar cada entrevista, las emprendedoras recibieron S/. 75 como compensación por su tiempo. Las constancias de las transferencias fueron enviadas por WhatsApp a cada una de las participantes.

Durante el recojo de información, se presentaron algunas dificultades para lograr agendar las entrevistas con las emprendedoras en los plazos previstos, principalmente, relacionadas con el temor y la desconfianza que les generaba participar en el estudio. Debido a ello, muchas mujeres emprendedoras no aceptaron participar en el estudio por temor a que se trate de una estafa, lo que requirió un esfuerzo adicional por parte del equipo de investigación para asegurar a las participantes la legitimidad y seriedad del estudio.

Otra dificultad enfrentada tuvo que ver con la poca disponibilidad de tiempo por parte de las mujeres emprendedoras para participar en las entrevistas, lo cual afectó su duración. En algunos casos, las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 30 minutos y fue necesario priorizar ciertos temas para adaptarse a los tiempos de las emprendedoras, lo que influyó en la profundidad y calidad de la información recogida.

Tabla 4: Temáticas abordadas según estrategia de recojo de información cualitativa y número de participantes

ESTRATEGIA CUALITATIVA	TEMÁTICAS ABORDADAS					Participantes
	Inclusión Financiera	Hab. empresariales y resiliencia financiera	Confianza en sí mismas y control sobre sus negocios	Calidad de vida y relaciones	Balance general sobre el crecimiento de sus negocios y metas a futuro	
Grupo Focal: Habilidades empresariales y resiliencia financiera		X				12 (6 por cada grupo focal)
Grupo Focal: Confianza en sí mismas y control			X			11 (6 en un grupo focal y 5 en el otro)
Grupo Focal: Calidad de vida y relaciones				X		12 (6 por cada grupo focal)
Entrevista Individual - Versión 1	X	X	X	X	X	7
Entrevista Individual – Versión 2		X	X	X	X	7

3.5 Análisis de la información

3.5.1 Análisis de datos cuantitativos

El análisis de la información cuantitativa se llevó a cabo mediante un conjunto de procedimientos y herramientas diseñados para garantizar la calidad, consistencia y representatividad de los datos. Para facilitar un proceso de recolección eficiente y minimizar la necesidad de limpieza posterior, se programaron diversas reglas lógicas en la misma encuesta. Estas reglas incluyeron validaciones automáticas y restricciones en la introducción de respuestas, lo cual permitió detectar y corregir errores o inconsistencias en tiempo real durante el trabajo de campo. Como resultado, se redujo significativamente la necesidad de limpieza en la mayoría de las variables cualitativas y categóricas, asegurando datos más confiables y listos para el análisis.

El procesamiento y análisis estadístico de los datos se realizaron íntegramente en STATA, un software robusto que permitió la manipulación precisa de los datos y la generación de resultados reproducibles. Dentro de este proceso, se llevó a cabo una limpieza específica en algunas variables continuas donde se observaron valores atípicos o inconsistencias que podrían afectar los resultados. Este ajuste y los detalles del proceso aplicado para las variables continuas, especialmente en ingresos, egresos y número de clientes, se presentan en el Anexo 1. Esta sección adicional explica el criterio y el método de ajuste, incluyendo el uso de técnicas de recorte de valores extremos, lo que garantiza un análisis robusto y representativo de la información recolectada.

Para la estimación de los indicadores, se aplicaron tres cortes específicos que permiten una comparación detallada y significativa de los resultados:

1. **Corte por grupo (IGNITE/Strive):** Se realizó una comparación entre las participantes que formaban parte del proyecto IGNITE y las nuevas participantes de Strive.
2. **Corte por estrato (ocho estratos):** El análisis se desglosó en los ocho estratos definidos en el diseño del estudio, permitiendo observar variaciones regionales y contextuales entre los diferentes grupos de participantes.
3. **Corte por aliado financiero:** Aunque los resultados principales se enfocan en los dos cortes anteriores, el Anexo 3 del informe incluye un análisis adicional por aliado financiero, permitiendo así una comprensión más granular de los indicadores según el tipo de apoyo financiero que reciben las participantes.

Para asegurar la transparencia y la replicabilidad del análisis, se adjunta toda la sintaxis utilizada en STATA, que incluye la creación de variables, transformaciones y procedimientos de exportación de tablas. Este archivo de sintaxis permite reproducir los resultados y verificar el procesamiento de los datos. Además, se incluyen las bases de datos finales en formatos Excel y STATA, lo que facilita su manejo y análisis en distintas plataformas de análisis de datos.

3.5.2 Análisis de datos cualitativos

El procesamiento de los datos cualitativos incluyó la transcripción, el análisis y la codificación de las entrevistas tanto individuales como grupales. Una vez finalizado el recojo de información, se elaboraron transcripciones de todas las entrevistas con el apoyo de un software de inteligencia artificial (Read AI). Cada transcripción fue revisada meticulosamente por el equipo de investigación para asegurar la calidad y exactitud de la información brindada por las entrevistadas. Esta revisión fue esencial para corregir posibles errores de transcripción u omisiones de información, así como para confirmar que el texto reflejara fielmente los testimonios de las mujeres emprendedoras.

Una vez validadas las transcripciones, el equipo procedió a una lectura cuidadosa de la información para familiarizarse con su contenido e identificar temas emergentes y patrones en común. Las transcripciones sirvieron como insumo para la posterior sistematización y análisis de la información. Por cada dimensión central que contribuye con la salud financiera de las mujeres emprendedoras, según la teoría de cambio del proyecto Strive Women compartido por el equipo de Care Perú, se elaboró una matriz de sistematización de la información. La información, por cada entrevistada, a su vez, fue organizada según ejes temáticos definidos en función de los objetivos de la intervención de Care Perú. En la investigación cualitativa este enfoque o aproximación es definida como *análisis o codificación temática*. El análisis temático trata de identificar temas o ideas a partir del material analizado (p.ej. entrevistas), los cuales pueden organizarse en una estructura jerárquica, con temas y subtemas de orden superior (Braun y Clarke, 2006). Se trata entonces de un método de análisis para reconocer y organizar patrones de contenido y significado con los datos cualitativos (Willig, 2021).

La información analizada fue triangulada constantemente, comparando los hallazgos de las diferentes fuentes para garantizar la validez, fiabilidad e integridad de los resultados (Pistrang y Barker, 2012). La triangulación de la información fue un componente crucial del análisis pues en la investigación cualitativa se posee una mayor riqueza y profundidad de los datos si provienen de diferentes actores del proceso, de distintas fuentes y métodos de recolección de información (Hernández-Sampieri, 2018). En este sentido, para el presente análisis, se prestó especial atención a los patrones comunes u opiniones discordantes (matices) sobre un mismo tema planteado por las entrevistadas a fin de lograr una mejor aproximación o entendimiento sobre su resiliencia financiera, confianza en sí mismas y control sobre sus negocios y calidad de vida. Este método, además, permitió verificar la consistencia de los datos y proporcionar una comprensión más profunda de las experiencias y percepciones de las mujeres emprendedoras.

Posteriormente, se procedió a integrar los hallazgos de la estrategia cualitativa con los hallazgos cuantitativos de la línea de base. Las referencias o citas textuales fueron anonimizadas para proteger la privacidad y confidencialidad de la información brindada por las participantes. Este paso es fundamental para cumplir con los estándares éticos y asegurar que los datos puedan ser utilizados de manera segura en futuras investigaciones o publicaciones.

4. Hallazgos y Resultados

En esta sección se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas, desagregados según las participantes del programa previo IGNITE y las nuevas participantes de Strive Women, así como por estrato geográfico. Los hallazgos se organizan en varias categorías que incluyen características demográficas de las beneficiarias, características de sus negocios, indicadores de resiliencia financiera, indicadores de confianza y control, e indicadores de calidad de vida. Esta estructura permite una visión detallada y comparativa entre los diferentes perfiles de beneficiarias, proporcionando información clave sobre su situación inicial y su respuesta a las intervenciones del proyecto.

Para enriquecer el análisis y profundizar en la interpretación de los datos, se combinan los resultados cuantitativos de las encuestas con los hallazgos obtenidos del análisis cualitativo, incluyendo citas y temas emergentes de los grupos focales y las entrevistas a profundidad. Esta integración permite contextualizar los resultados numéricos y entender mejor las percepciones y experiencias de las participantes, lo cual añade valor al análisis y facilita la identificación de patrones y áreas de mejora.

La Tabla 3 muestra la distribución final de la muestra por estrato, proporcionando una referencia clara sobre la cobertura alcanzada en cada grupo de estudio. Adicionalmente, en el Anexo 3 se presentan las mismas tablas de resultados desagregadas por aliado financiero, proporcionando un nivel de detalle adicional que puede ser relevante para el análisis segmentado de las beneficiarias según la institución financiera que facilita su acceso a servicios y recursos en el marco del proyecto.

Tabla 5: Muestra final

Región	IGNITE	STRIVE
Norte	146 (16.6%)	146 (16.6%)
Centro	84 (9.6%)	64 (7.3%)
Sur	101 (11.5%)	99 (11.3%)
Lima y Callao	102 (11.6%)	137 (15.6%)
Total	433 (49.3%)	446 (50.7%)

En comparación con la muestra programada, la distribución final presenta varias diferencias en el número de participantes por región. En la región Norte, se entrevistaron 18 participantes adicionales tanto para el grupo IGNITE como para Strive, alcanzando un total de 146 en cada grupo, en lugar de los 128 previstos. En el Centro, la muestra de Strive fue menor a la proyectada, con 20 participantes menos de lo programado (64 en lugar de 84), mientras que el número de participantes de IGNITE se mantuvo según lo previsto en 84. En la región Sur, el número de participantes fue superior al planificado, con un aumento de 15 participantes en IGNITE (de 86 a 101) y 13 en Strive (de 86 a 99). En Lima y Callao, el grupo IGNITE presentó una reducción de 26 participantes (102 en lugar de 128), mientras que el grupo de Strive sobrepasó la meta con 9 participantes adicionales, alcanzando un total de 137.

En términos generales, la muestra final superó los números inicialmente programados. Se encuestaron 433 participantes de IGNITE (7 más que los 426 previstos) y 446 participantes de Strive

(20 más que los 426 previstos), **resultando en un total combinado de 879 participantes, sobrepasando en 27 el total planificado de 852.**

4.1 Características demográficas

La Tabla 5 muestra las características demográficas de las emprendedoras de acuerdo con el tipo de muestra IGNITE-STRIVE mientras que la Tabla 6 muestra los mismo desagregado por cada uno de los 8 estratos.

Tabla 6: Características demográficas de las emprendedoras según tipo de muestra IGNITE-STRIVE

	Total	Strive	Ignite
	N=879	N=446	N=433
Edad	42.0 (12.6)	44.0 (12.7)	40.0 (12.3)
Estado civil (%)			
Soltera, nunca casada	39.5% (347)	37.9% (169)	41.1% (178)
Conviviente	31.2% (274)	31.4% (140)	30.9% (134)
Casada	21.6% (190)	23.1% (103)	20.1% (87)
Divorciada/separada	4.7% (41)	4.3% (19)	5.1% (22)
Viuda	3.1% (27)	3.4% (15)	2.8% (12)
Grado de estudios (%)			
Sin escolarización formal	0.8% (7)	0.9% (4)	0.7% (3)
Escuela primaria incompleta	5.1% (45)	6.3% (28)	3.9% (17)
Escuela primaria completa	8.5% (75)	9.9% (44)	7.2% (31)
Secundaria incompleta	8.9% (78)	10.5% (47)	7.2% (31)
Escuela secundaria completa	30.9% (272)	32.3% (144)	29.6% (128)
Superior técnico incompleto	5.9% (52)	7.2% (32)	4.6% (20)
Técnico superior completo	21.2% (186)	18.4% (82)	24.0% (104)
Universitario incompleto	3.9% (34)	3.1% (14)	4.6% (20)
Universitario completa	14.3% (126)	11.0% (49)	17.8% (77)
Posgrado	0.5% (4)	0.4% (2)	0.5% (2)
Jefe o jefa del hogar (%)			
Yo	70.6% (621)	74.9% (334)	66.3% (287)
Esposo o pareja	38.2% (336)	35.7% (159)	40.9% (177)
Hermano(a)	0.2% (2)	0.2% (1)	0.2% (1)
Hijo(a)	0.2% (2)	0.2% (1)	0.2% (1)
Padre/Madre	6.3% (55)	3.4% (15)	9.2% (40)
Alguien más	0.2% (2)	0.4% (2)	0.0% (0)
Cantidad de niños en el hogar	0.6 (1.0)	0.6 (1.0)	0.6 (0.9)
Cuida a algún niño, adulto mayor o miembro discapacitado del hogar a diario (%)	25.9% (228)	17.9% (80)	34.2% (148)

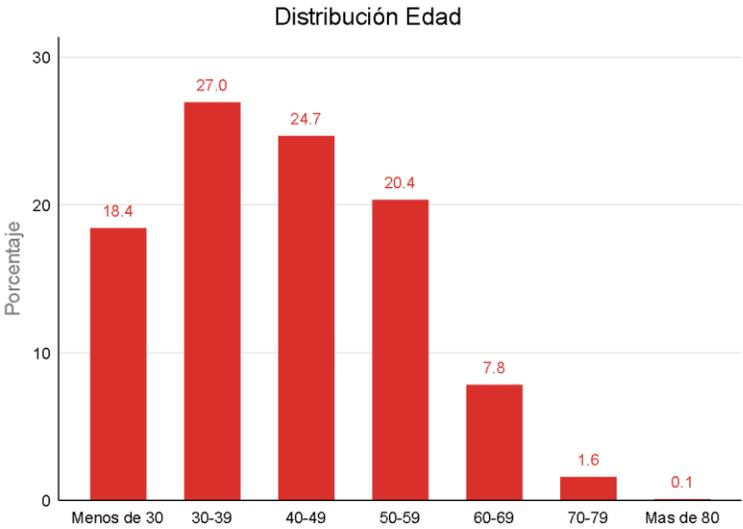
Variables continuas: Edad, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis

Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis

En términos generales, la edad promedio de las participantes en el proyecto Strive Women es de 42 años, con una desviación estándar de 12.6 años, indicando una muestra diversa en términos de edad. Pese a eso, como se observa en la Figura 1 más de la mitad (51.7%) se encuentra entre los 30 y 50 años de edad.

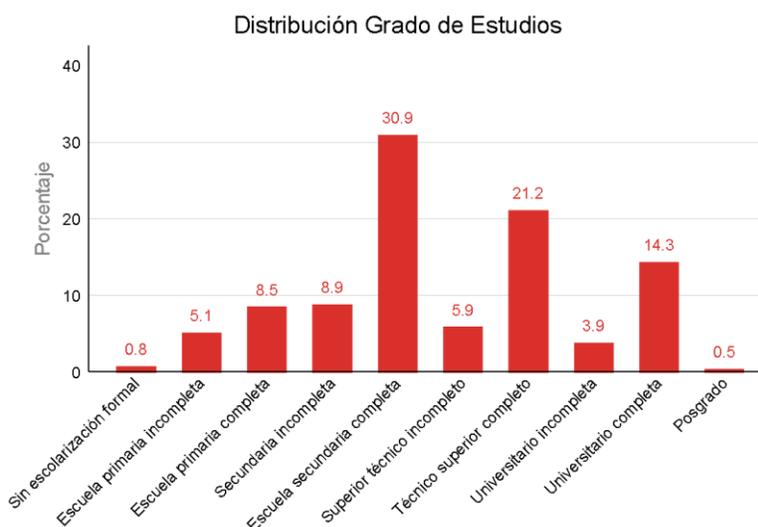
Respecto al estado civil, un poco más de la mitad 52.8% tiene pareja (conviven, 31.2%, o están casadas, 21.6%), el resto nunca se ha casado, ni convive o están separadas o divorciadas. En detalle, el grupo más grande de las mujeres participantes están solteras y nunca casadas (39.5%). Las tasas de divorcio o separación (4.7%) y de viudez (3.1%) son relativamente bajas. Al observar las diferencias entre los grupos de IGNITE y Strive, se destaca que las mujeres en Strive tienden a ser ligeramente mayores (promedio de 44 años) que las de IGNITE (promedio de 40 años).

Figura 1: Distribución de la edad de las encuestadas



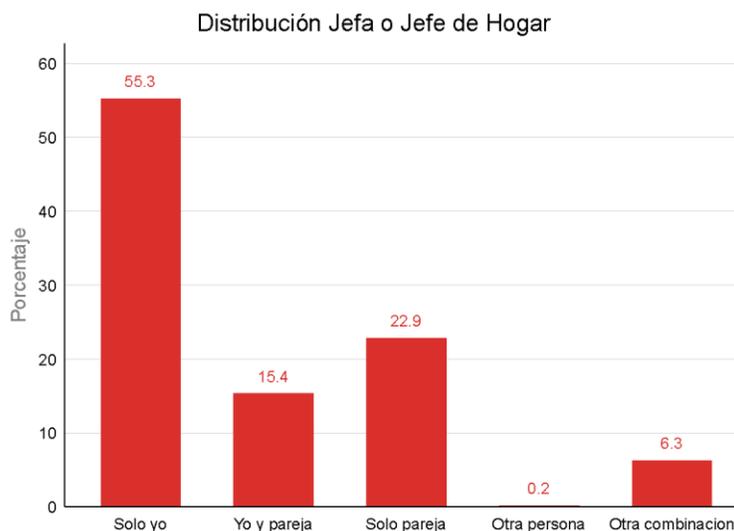
En cuanto al nivel educativo, el grupo muestra un perfil educativo variado. El grupo más grande de las participantes completaron la educación secundaria (30.9%), mientras que un 21.2% finalizó estudios técnicos superiores y un 14.3% completó estudios universitarios (ver Figura 2). Es notable que un mayor porcentaje de participantes de IGNITE (17.8%) completó estudios universitarios en comparación con las participantes de Strive (11.0%), así como un mayor porcentaje de estudios técnicos completos en IGNITE (24.0% frente a 18.4% en Strive).

Figura 2: Distribución del grado de estudios de las encuestadas



En el ámbito del rol dentro del hogar, el 70.6% de las participantes se identifica como jefa del hogar. La Figura 3, donde se descompone estos datos, muestra que la mayoría de las participantes (55.3%) se identifican como las únicas jefas de hogar, lo que implica un alto grado de responsabilidad en el manejo de sus hogares. Un 15.4% comparte esta responsabilidad con su pareja, mientras que el 22.9% indica que su pareja es el jefe de hogar.

Figura 3: Distribución jefe o jefa del hogar de las encuestadas



Por último, el promedio de niños pequeños (de 0 a 8 años) en el hogar es de 0.6 por participante, con una desviación estándar cercana a 1.0. Aunque la cifra no indica directamente el porcentaje de hogares con niños, sí sugiere que la carga de cuidado de niños promedio en los hogares de las participantes no es trivial. En una pregunta relacionada, encontramos que, en términos de

responsabilidad de cuidado, un 25.9% de las mujeres cuida a un niño, adulto mayor o miembro discapacitado a diario. Es relevante que, en este aspecto, las mujeres de IGNITE reportan significativamente más responsabilidades de cuidado (34.2%) en comparación con las de Strive (17.9%).

En términos generales, estos datos reflejan la composición demográfica y socioeconómica de las participantes, con algunas diferencias destacadas entre los grupos de IGNITE y Strive en relación con la edad, el nivel educativo y las responsabilidades de cuidado.

En lo que respecta a las diferencias por estrato, en cuanto a la edad, se observan algunas diferencias notables. Las participantes en Lima y Callao, especialmente en el grupo Strive, tienen una media de edad más alta (46 años), en contraste con las participantes de Centro - Ignite, quienes presentan la media de edad más baja (38.8 años). Las participantes en la región Norte - Strive también muestran una edad media relativamente alta (45.5 años).

En relación con el estado civil, existen variaciones significativas entre los estratos. En el Centro - Ignite, un 53.6% de las participantes reportaron estar solteras, el porcentaje más alto entre los estratos, mientras que en Lima y Callao - Strive, solo el 32.8% se identificó como soltera, y un 44.5% como conviviente, destacando esta última como la proporción más alta de convivencia en los estratos. En la región Norte, las participantes de Strive tienen una mayor proporción de casadas (32.2%), en comparación con el 18.5% en el Sur - Strive.

Respecto al grado de estudios, el perfil educativo varía considerablemente. En la región Norte, el grupo Ignite cuenta con el porcentaje más alto de participantes con estudios universitarios completos (26.7%), mientras que en el Centro - Strive, solo el 10.7% alcanzó este nivel educativo. La escolarización completa a nivel técnico es más frecuente en Lima y Callao - Strive (29.9%) y en el Norte - Ignite (26.0%), mientras que en el Centro - Strive, esta categoría es menos común, con solo el 10.9% de las participantes. Además, el grupo de Norte - Strive tiene un alto porcentaje de participantes con niveles educativos más bajos, como escuela primaria completa (16.4%).

En términos de jefatura del hogar, existen diferencias marcadas entre los estratos. En el Centro - Strive, el 93.8% de las participantes se identifican como jefas de hogar, el porcentaje más alto registrado, mientras que en el Norte - Ignite, solo el 58.9% de las mujeres reportaron ser jefas de su hogar. La dependencia del esposo o pareja como jefe del hogar es particularmente alta en el Centro - Strive (54.7%) y en Lima y Callao - Ignite (48.0%), en contraste con el 24.1% en Lima y Callao - Strive.

Finalmente, en cuanto a la responsabilidad de cuidado diario de niños, adultos mayores o miembros discapacitados, la carga de cuidado varía notablemente entre los estratos. El grupo Norte - Ignite destaca con un 45.2% de participantes con responsabilidades de cuidado, mientras que en el Centro - Strive esta proporción es considerablemente menor, con solo un 14.1%. Este patrón indica que las responsabilidades de cuidado pueden estar distribuidas de manera desigual entre las regiones y los programas, afectando potencialmente el tiempo disponible de las participantes para la gestión de sus negocios.

Tabla 7: Características demográficas de las emprendedoras según estratos

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
	N=879	N=64	N=84	N=137	N=102	N=146	N=146	N=99	N=101
Edad	42.0 (12.6)	40.6 (12.6)	38.8 (12.2)	46.0 (9.9)	42.1 (10.9)	45.5 (13.1)	39.3 (12.6)	41.2 (14.7)	39.9 (13.0)
Estado civil (%)									
Soltera, nunca casada	39.5% (347)	37.5% (24)	53.6% (45)	32.8% (45)	38.2% (39)	39.0% (57)	32.9% (48)	43.4% (43)	45.5% (46)
Conviviente	31.2% (274)	29.7% (19)	28.6% (24)	44.5% (61)	28.4% (29)	17.8% (26)	37.7% (55)	34.3% (34)	25.7% (26)
Casada	21.6% (190)	26.6% (17)	15.5% (13)	15.3% (21)	26.5% (27)	32.2% (47)	18.5% (27)	18.2% (18)	19.8% (20)
Divorciada/separada	4.7% (41)	3.1% (2)	1.2% (1)	4.4% (6)	2.9% (3)	6.2% (9)	7.5% (11)	2.0% (2)	6.9% (7)
Viuda	3.1% (27)	3.1% (2)	1.2% (1)	2.9% (4)	3.9% (4)	4.8% (7)	3.4% (5)	2.0% (2)	2.0% (2)
Grado de estudios (%)									
Sin escolarización formal	0.8% (7)	1.6% (1)	2.4% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	2.1% (3)	0.7% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)
Escuela primaria incompleta	5.1% (45)	7.8% (5)	7.1% (6)	0.7% (1)	1.0% (1)	11.0% (16)	5.5% (8)	6.1% (6)	2.0% (2)
Escuela primaria completa	8.5% (75)	9.4% (6)	10.7% (9)	2.2% (3)	3.9% (4)	16.4% (24)	8.2% (12)	11.1% (11)	5.9% (6)
Secundaria incompleta	8.9% (78)	7.8% (5)	6.0% (5)	8.8% (12)	2.9% (3)	13.0% (19)	11.6% (17)	11.1% (11)	5.9% (6)
Escuela secundaria completa	30.9% (272)	26.6% (17)	29.8% (25)	27.7% (38)	38.2% (39)	33.6% (49)	26.0% (38)	40.4% (40)	25.7% (26)
Superior técnico incompleto	5.9% (52)	7.8% (5)	2.4% (2)	13.9% (19)	6.9% (7)	2.1% (3)	4.8% (7)	5.1% (5)	4.0% (4)
Técnico superior completo	21.2% (186)	10.9% (7)	25.0% (21)	29.9% (41)	17.6% (18)	15.8% (23)	26.0% (38)	11.1% (11)	26.7% (27)
Universitario incompleto	3.9% (34)	6.3% (4)	4.8% (4)	2.2% (3)	7.8% (8)	1.4% (2)	3.4% (5)	5.1% (5)	3.0% (3)
Universitario completa	14.3% (126)	20.3% (13)	10.7% (9)	13.9% (19)	21.6% (22)	4.8% (7)	13.0% (19)	10.1% (10)	26.7% (27)

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
Posgrado	0.5% (4)	1.6% (1)	1.2% (1)	0.7% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.7% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)
Jefe o jefa del hogar (%)									
Yo	70.6% (621)	93.8% (60)	72.6% (61)	85.4% (117)	74.5% (76)	61.6% (90)	58.9% (86)	67.7% (67)	63.4% (64)
Esposo o pareja	38.2% (336)	54.7% (35)	36.9% (31)	24.1% (33)	48.0% (49)	40.4% (59)	41.1% (60)	32.3% (32)	36.6% (37)
Hermano(a)	0.2% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	1.0% (1)	1.0% (1)
Hijo(a)	0.2% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.7% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.7% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)
Padre/Madre	6.3% (55)	4.7% (3)	10.7% (9)	0.7% (1)	2.9% (3)	4.8% (7)	8.9% (13)	4.0% (4)	14.9% (15)
Alguien más	0.2% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	1.4% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)
Cantidad de niños en el hogar	0.6 (1.0)	0.6 (0.7)	0.4 (0.8)	0.5 (1.1)	0.4 (0.7)	0.7 (1.2)	0.7 (0.9)	0.5 (0.7)	0.7 (1.0)
Cuida a algún niño, adulto mayor o miembro discapacitado del hogar a diario (%)	25.9% (228)	14.1% (9)	21.4% (18)	17.5% (24)	26.5% (27)	14.4% (21)	45.2% (66)	26.3% (26)	36.6% (37)
<i>Variables continuas: Edad, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>									

4.2 Características de los negocios

La Tabla 7 muestra las características de los negocios que manejan las emprendedoras de acuerdo con el tipo de muestra IGNITE-STRIVE mientras que la Tabla 8 muestra lo mismo desagregado por cada uno de los 8 estratos.

Tabla 8: Características de los negocios según tipo de muestra IGNITE-STRIVE

	Total	Strive	Ignite
	N=879	N=446	N=433
Rubro (%)			
Prendas de vestir y textiles	13.9% (122)	12.3% (55)	15.5% (67)
Agricultura y ganadería	9.3% (82)	7.8% (35)	10.9% (47)
Comida/bebida	25.4% (223)	28.7% (128)	21.9% (95)
Mercancía general	10.7% (94)	13.7% (61)	7.6% (33)
Hostelería	0.3% (3)	0.4% (2)	0.2% (1)
Fabricación o producción	5.1% (45)	3.8% (17)	6.5% (28)
Venta al por menor/ventas	34.6% (304)	29.1% (130)	40.2% (174)
Artesanía	4.1% (36)	3.4% (15)	4.8% (21)
Servicios	11.7% (103)	13.5% (60)	9.9% (43)
Otros	0.1% (1)	0.2% (1)	0.0% (0)
Ingresos Media (S./)	3154.6 (3265.2)	3057.1 (3030.9)	3253.6 (3487.6)
Cuartil 1 Ingresos (S./)	1000	1000	1000
Ingresos Mediana (S./)	2000	2100	2000
Cuartil 3 Ingresos (S./)	4000	4000	4000
Ingresos Media (\$)	830.2 (859.3)	804.5 (797.6)	856.2 (917.8)
Cuartil 1 Ingresos (\$)	263.2	263.2	263.2
Ingresos Mediana (\$)	526.3	552.6	526.3
Cuartil 3 Ingresos (\$)	1052.6	1052.6	1052.6
Egresos Media (S./)	1540.2 (1835.3)	1524.7 (1712.1)	1556.1 (1955.0)
Cuartil 1 Egresos (S./)	400	450	350
Egresos Mediana (S./)	1000	1000	800
Cuartil 3 Egresos (S./)	2000	2000	2000
Egresos Media (\$)	405.3 (483.0)	401.2 (450.6)	409.5 (514.5)
Cuartil 1 Egresos (\$)	105.3	118.4	92.1
Egresos Mediana (\$)	263.2	263.2	210.5
Cuartil 3 Egresos (\$)	105.3	526.3	526.3
Ganancia Media (S./)	1674.4 (1926.6)	1669.1 (1938.6)	1679.7 (1916.7)
Cuartil 1 Ganancia (S./)	500	500	450
Ganancia Mediana (S./)	1000	1000	1000
Cuartil 3 Ganancia (S./)	2000	2000	2000
Ganancia Media (\$)	440.6 (507.0)	439.2 (510.2)	442.0 (504.4)
Cuartil 1 Ganancia (\$)	131.6	131.6	118.4
Ganancia Mediana (\$)	263.2	263.2	263.2
Cuartil 3 Ganancia (\$)	526.3	526.3	526.3

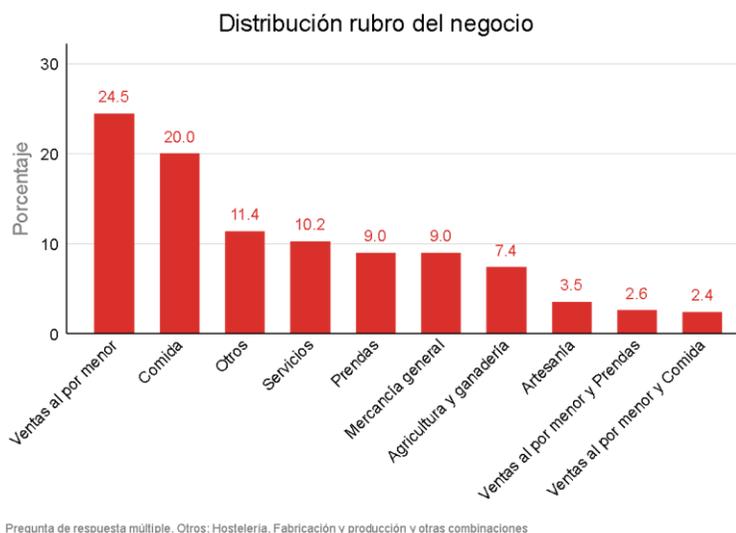
	Total	Strive	Ignite
Clientes Únicos Media	128.5 (256.7)	125.5 (259.9)	131.6 (253.8)
Cuartil 1 Clientes Únicos	15	18	10
Clientes Únicos Mediana	30	30	30
Cuartil 3 Clientes Únicos	100	100	100
Proveedores media	4.3 (11.0)	4.5 (14.3)	4.2 (5.9)
Cuartil 1 Proveedores	2	2	2
Proveedores Mediana	3	3	3
Cuartil 3 Proveedores	5	5	5
Total trabajadores	2.2 (3.2)	2.3 (4.0)	2.2 (2.1)
Total trabajadores hombres	0.9 (1.8)	1.0 (2.2)	0.8 (1.1)
Total trabajadores mujeres	1.3 (2.3)	1.3 (2.8)	1.4 (1.8)
Total trabajadores remunerados	0.9 (2.8)	0.9 (3.7)	0.8 (1.5)
Trabajadores hombres remunerados	1.0 (2.4)	1.1 (3.2)	0.8 (1.3)
Trabajadores mujeres remuneradas	1.4 (2.9)	1.5 (4.1)	1.3 (1.2)
Total trabajadores no remunerados	1.4 (1.7)	1.3 (1.8)	1.4 (1.7)
Trabajadores hombres no remunerados	0.7 (0.9)	0.7 (1.1)	0.6 (0.7)
Trabajadores mujeres no remuneradas	1.0 (1.6)	0.9 (1.4)	1.1 (1.7)
Años de experiencia en el negocio principal	6.8 (6.5)	7.4 (7.2)	6.3 (5.6)

Variables continuas: Ingresos, egresos, clientes únicos, proveedores, total trabajadores, trabajadores hombres, trabajadores mujeres, trabajadores remunerados, trabajadores no remunerados y año de experiencia, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis. Para ingresos, egresos, ganancia clientes únicos y proveedores también se reporta el cuartil 1 (25% de la distribución), la mediana (50% de la distribución) y cuartil 3 (75% de la distribución)

Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis

En términos generales, **los rubros más comunes entre las participantes son la venta al por menor/ventas, representando el 34.6% de los negocios, y el sector de comida/bebida, que alcanza el 25.4%.** Otros rubros relevantes incluyen prendas de vestir y textiles (13.9%) y servicios (11.7%). Hay una diferencia notable entre los grupos de Ignite y Strive en la representación de la venta al por menor, donde el grupo Ignite tiene un porcentaje más alto (40.2%) en comparación con el grupo Strive (29.1%).

Figura 4: Distribución principales rubros de negocios de las encuestadas



Las distribuciones de ingresos, egresos y ganancias mensuales de los negocios muestran una gran dispersión y asimetría positiva (*skewness*) (Figuras 5, 6 y 7, respectivamente), indicando que la mayoría de los negocios generan cantidades más bajas, mientras que unos pocos alcanzan valores significativamente más altos. **La media de ingresos mensuales es de 3,154.6 soles (aproximadamente \$830.2), con una mediana de 2,000 soles (\$526.3)**, lo que refleja que muchos negocios están por debajo de la media, sesgando la distribución hacia la derecha. El primer cuartil de ingresos está en 1,000 soles (\$263.2) y el tercer cuartil en 4,000 soles (\$1,052.6), mostrando que la mitad de la muestra exhibe una considerable dispersión en sus ingresos de negocio. La variabilidad también se puede ver en el coeficiente de variación ($100 \times \text{D.E.}/\text{Media}$) que para el ingreso es de 103.5.

Existen variaciones notables entre los estratos en estos aspectos; por ejemplo, los ingresos promedio son más altos en el Norte - Ignite (3,003.3 soles) y en Lima y Callao - Ignite (3,760.0 soles) en comparación con otros estratos.

Para los egresos, la media mensual es de 1,540.2 soles (\$405.3), con una mediana de 1,000 soles (\$263.2), lo cual también presenta una distribución asimétrica similar, aunque en un rango menor a los ingresos en términos absolutos. Pero en términos relativos la variabilidad es mayor con un coeficiente de variación de 119%. Aquí, el primer cuartil de egresos es de 400 soles (\$105.3) y el tercer cuartil alcanza los 1,050 soles (\$276.3).

La ganancia mensual media es de 1,674.4 soles (\$440.6), con una mediana de 1,000 soles (\$263.2), lo cual sigue el mismo patrón de asimetría que los ingresos. La dispersión de las ganancias es amplia, con el primer cuartil en 500 soles (\$131.6) y el tercer cuartil en 2,000 soles (\$526.3), lo que muestra que, aunque algunos negocios logran ganancias significativas, la gran mayoría se mantienen en niveles de ingresos y egresos más moderados. Esto muestra una distribución concentrada hacia valores bajos, lo que indica que la mayoría de las participantes opera en un contexto de ingresos limitados y control de costos, con algunas pocas excepciones que alcanzan mayores niveles de ingresos y ganancias. El coeficiente de variación es similar al de las variables anteriores (115.1%).

Figura 5: Distribución ingresos mensuales de los negocios

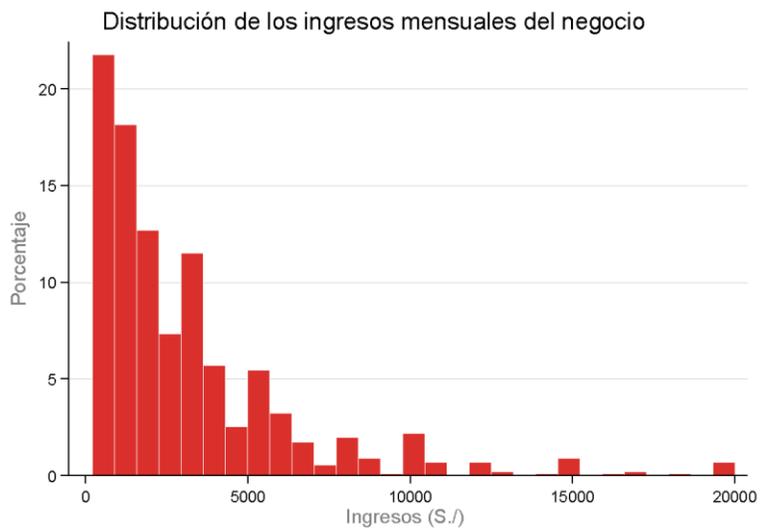


Figura 6: Distribución egresos mensuales de los negocios

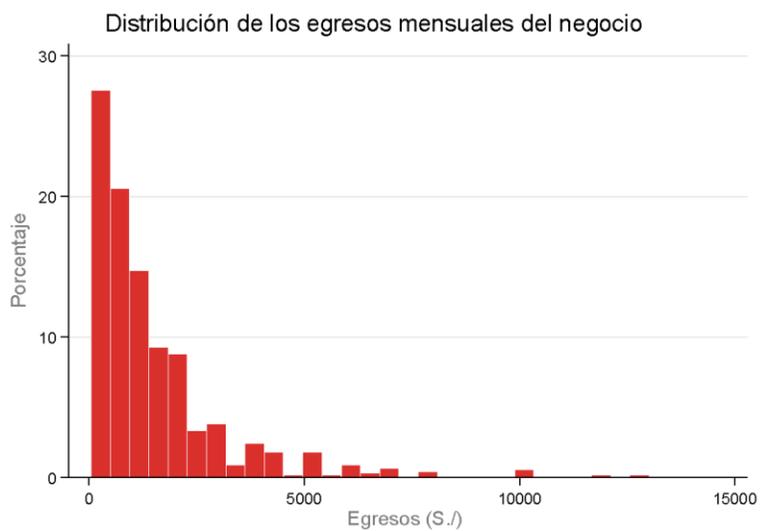
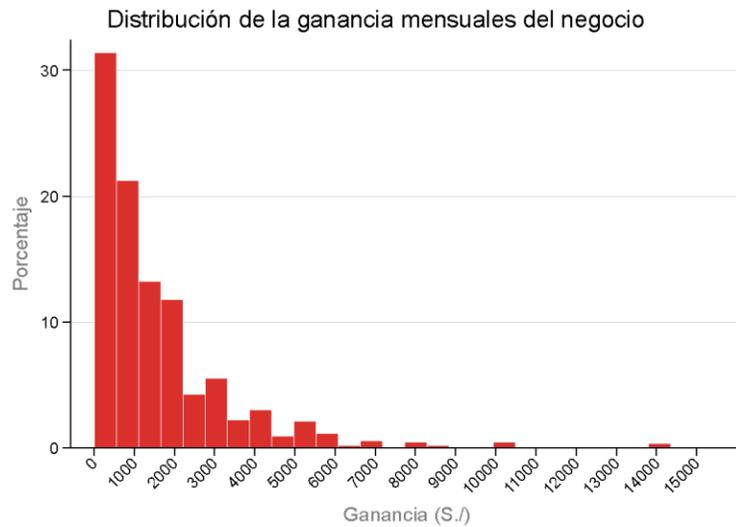
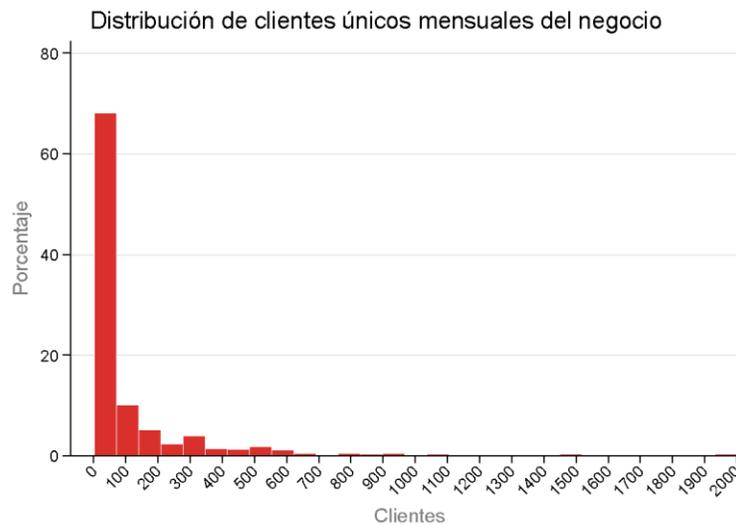


Figura 7: Distribución ganancia mensual de los negocios



El promedio de clientes únicos mensuales es de 128.5, aunque la mediana es de 30, lo que indica que hay negocios con una clientela considerablemente mayor que el promedio. En el Centro - Ignite, por ejemplo, el número promedio de clientes únicos es bastante elevado (251.4), mientras que en el Sur - Strive es considerablemente menor (60.3), reflejando diferencias en el alcance y tamaño de los negocios entre los estratos.

Figura 8: Distribución clientes únicos de los negocios



Respecto a los proveedores, el promedio general es de 4.3, con una mediana de 3 proveedores. No se observan diferencias significativas entre Ignite y Strive en este aspecto, aunque en el estrato Centro - Strive, el número promedio de proveedores es más alto (6.6), posiblemente indicando una mayor variedad de fuentes de suministro en esa región.

En términos de empleo, el total promedio de trabajadores por negocio es de 2.2, con una ligera diferencia en la distribución por género: 0.9 hombres y 1.3 mujeres en promedio. Además, la

mayoría de los trabajadores no son remunerados, con un promedio de 1.4 trabajadores no remunerados frente a 0.9 remunerados. En el Norte - Strive, el número de trabajadores remunerados es mayor (1.5), lo que sugiere una posible mayor formalización o estabilidad económica en esa región.

Finalmente, las participantes tienen en promedio 6.8 años de experiencia en sus negocios principales, con las participantes de Norte - Ignite mostrando una media de experiencia más alta (9.7 años), lo cual podría influir en su desempeño y estabilidad en el mercado. En contraste, las participantes de Lima y Callao - Strive presentan menos experiencia, con un promedio de 5 años.

Figura 9: Distribución edad de funcionamiento de los negocios

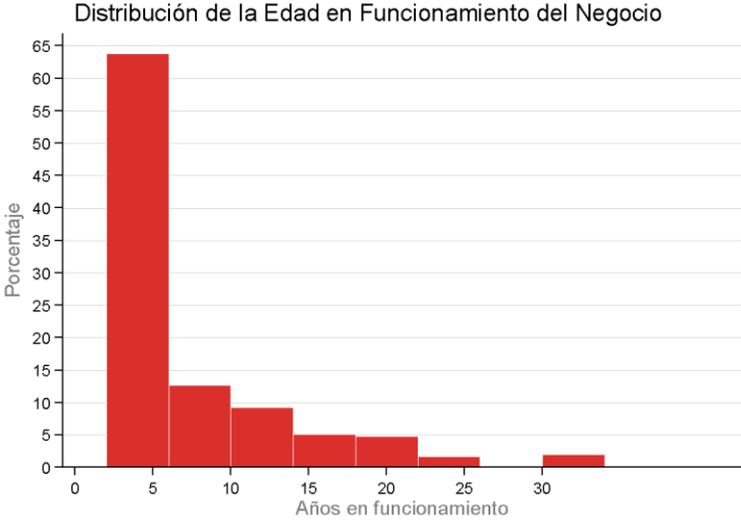


Tabla 9: Características de los negocios según estrato

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
	N=879	N=64	N=84	N=137	N=102	N=146	N=146	N=99	N=101
Rubro (%)									
Prendas de vestir y textiles	13.9% (122)	3.1% (2)	11.9% (10)	23.4% (32)	13.7% (14)	9.6% (14)	21.9% (32)	7.1% (7)	10.9% (11)
Agricultura y ganadería	9.3% (82)	7.8% (5)	17.9% (15)	0.0% (0)	7.8% (8)	11.6% (17)	10.3% (15)	13.1% (13)	8.9% (9)
Comida/bebida	25.4% (223)	15.6% (10)	27.4% (23)	38.0% (52)	29.4% (30)	26.0% (38)	15.1% (22)	28.3% (28)	19.8% (20)
Mercancía general	10.7% (94)	0.0% (0)	4.8% (4)	13.1% (18)	15.7% (16)	12.3% (18)	3.4% (5)	25.3% (25)	7.9% (8)
Hostelería	0.3% (3)	0.0% (0)		0.0% (0)	0.0% (0)	1.4% (2)	0.7% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)
Fabricación o producción	5.1% (45)	3.1% (2)	3.6% (3)	4.4% (6)	5.9% (6)	4.8% (7)	8.2% (12)	2.0% (2)	6.9% (7)
Venta al por menor/ventas	34.6% (304)	40.6% (26)	28.6% (24)	23.4% (32)	23.5% (24)	37.0% (54)	67.8% (99)	18.2% (18)	26.7% (27)
Artesanía	4.1% (36)	3.1% (2)	2.4% (2)	5.1% (7)	2.9% (3)	2.1% (3)	2.7% (4)	3.0% (3)	11.9% (12)
Servicios	11.7% (103)	25.0% (16)	10.7% (9)	13.1% (18)	10.8% (11)	13.0% (19)	8.2% (12)	7.1% (7)	10.9% (11)
Otros	0.1% (1)	1.6% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)
Ingresos Media (S./)	3154.6 (3265.2)	3447.6 (2626.2)	3507.6 (3856.9)	2604.9 (1799.1)	3760.0 (3701.5)	3717.8 (4138.3)	3003.3 (3262.0)	2522.0 (2499.8)	2890.5 (3225.5)
Cuartil 1 Ingresos (S./)	1000	1500	1080	1500	1300	900	1000	800	600
Ingresos Mediana (S./)	2000	3000	1940	2000	2500	2450	1900	1980	2000
Cuartil 3 Ingresos (S./)	4000	5000	4400	3000	5000	5000	4000	3500	4000
Ingresos Media (\$)	830.2 (859.3)	907.3 (691.1)	923.0 (1015.0)	685.5 (473.4)	989.5 (974.1)	978.4 (1089.0)	790.4 (858.4)	663.7 (657.8)	760.7 (848.8)
Cuartil 1 Ingresos (\$)	263.2	394.7	284.2	394.7	342.1	236.8	263.2	210.5	157.9
Ingresos Mediana (\$)	526.3	789.5	510.5	526.3	657.9	644.7	500	521.1	526.3
Cuartil 3 Ingresos (\$)	1052.6	1315.8	1157.9	789.5	1315.8	1315.8	1052.6	921.1	1052.6

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
Egresos Media (S./)	1540.2 (1835.3)	2131.0 (2383.3)	1453.7 (1882.3)	1303.6 (1109.4)	1841.1 (2342.6)	1678.0 (2099.6)	1577.6 (1919.9)	1258.9 (1131.9)	1317.8 (1583.1)
Cuartil 1 Egresos (S./)	400	800	300	600	500	300	400	400	300
Egresos Mediana (S./)	1000	1500	660	1000	900	885	1000	1000	700
Cuartil 3 Egresos (S./)	2000	2300	1540	1800	2000	2000	2000	1540	1500
Egresos Media (\$)	405.3 (483.0)	560.8 (627.2)	382.5 (495.3)	343.0 (291.9)	484.5 (616.5)	441.6 (552.5)	415.1 (505.2)	331.3 (297.9)	346.8 (416.6)
Cuartil 1 Egresos (\$)	105.3	210.5	78.9	157.9	131.6	78.9	105.3	105.3	78.9
Egresos Mediana (\$)	263.2	394.7	173.7	263.2	236.8	232.9	263.2	263.2	184.2
Cuartil 3 Egresos (\$)	526.3	605.3	405.3	473.7	526.3	526.3	526.3	405.3	394.7
Ganancia Media (S./)	1674.4 (1926.6)	1818.1 (1450.5)	2158.6 (2481.5)	1301.3 (909.0)	1863.6 (1707.5)	2176.1 (2721.0)	1334.9 (1552.8)	1374.1 (1719.0)	1598.6 (1988.8)
Cuartil 1 Ganancia (S./)	500	525	700	700	600	500	400	350	300
Ganancia Mediana (S./)	1000	1500	1150	1000	1500	1325	700	800	1000
Cuartil 3 Ganancia (S./)	2000	3000	2420	1700	2350	2750	1800	2000	2000
Ganancia Media (\$)	440.6 (507.0)	478.4 (381.7)	568.1 (653.0)	342.5 (239.2)	490.4 (449.3)	572.7 (716.0)	351.3 (408.6)	361.6 (452.4)	420.7 (523.4)
Cuartil 1 Ganancia (\$)	131.6	138.2	184.2	184.2	157.9	131.6	105.3	92.1	78.9
Ganancia Mediana (\$)	263.2	394.7	302.6	263.2	394.7	348.7	184.2	210.5	263.2
Cuartil 3 Ganancia (\$)	526.3	789.5	636.8	447.4	618.4	723.7	473.7	526.3	526.3
Clientes Únicos Media	128.5 (256.7)	176.4 (351.0)	251.4 (357.3)	96.4 (246.4)	164.8 (283.3)	135.3 (269.4)	60.3 (134.4)	122.4 (192.8)	103.8 (212.5)
Cuartil 1 Clientes Únicos	15	20	25	15	18	20	10	20	10
Clientes Únicos Mediana	30	50	100	20	50	30	20	55	20
Cuartil 3 Clientes Únicos	100	131	340	55	200	130	30	140	50
Proveedores media	4.3 (11.0)	6.6 (37.3)	3.5 (3.7)	5.0 (3.2)	5.5 (9.3)	3.4 (1.9)	3.4 (3.0)	3.8 (2.6)	4.5 (5.8)
Cuartil 1 Proveedores	2	1	1.5	3	2	2	2	2	2
Proveedores Mediana	3	1	2	5	4	3	3	3	3

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
Cuartil 3 Proveedores	5	2	4	6	5	5	4	5	5
Total trabajadores	2.2 (3.2)	1.3 (0.6)	2.0 (1.4)	1.9 (2.7)	1.8 (1.7)	2.7 (4.8)	2.1 (1.5)	2.7 (5.1)	3.0 (3.3)
Total trabajadores hombres	0.9 (1.8)	0.7 (0.7)	0.7 (1.1)	0.8 (1.1)	0.6 (1.0)	1.4 (3.4)	1.0 (1.2)	1.0 (1.7)	0.9 (1.2)
Total trabajadores mujeres	1.3 (2.3)	0.6 (0.6)	1.3 (1.0)	1.1 (2.3)	1.1 (1.2)	1.4 (2.0)	1.1 (1.1)	1.7 (4.5)	2.1 (3.0)
Total trabajadores remunerados	0.9 (2.8)	0.2 (0.5)	0.6 (1.5)	0.3 (0.8)	0.9 (1.7)	1.5 (4.8)	0.8 (1.3)	1.3 (5.0)	0.9 (1.6)
Trabajadores hombres remunerados	1.0 (2.4)	0.8 (0.6)	1.2 (2.0)	0.6 (0.8)	0.7 (1.1)	2.0 (4.8)	0.8 (1.2)	0.5 (0.9)	0.8 (1.1)
Trabajadores mujeres remuneradas	1.4 (2.9)	0.5 (0.5)	1.5 (0.9)	1.2 (1.1)	1.1 (1.3)	1.7 (3.0)	1.2 (1.1)	1.6 (5.7)	1.5 (1.3)
Total trabajadores no remunerados	1.4 (1.7)	1.1 (0.7)	1.4 (1.1)	1.6 (2.7)	0.9 (1.0)	1.2 (1.0)	1.3 (0.9)	1.4 (1.5)	2.1 (3.0)
Trabajadores hombres no remunerados	0.7 (0.9)	0.6 (0.7)	0.5 (0.7)	0.7 (1.1)	0.5 (0.7)	0.7 (0.9)	0.7 (0.7)	0.7 (1.5)	0.6 (0.8)
Trabajadores mujeres no remuneradas	1.0 (1.6)	0.6 (0.7)	1.1 (0.9)	1.0 (2.3)	0.9 (0.9)	0.8 (0.7)	0.7 (0.7)	0.9 (0.7)	1.6 (3.0)
Años de experiencia en el negocio principal	6.8 (6.5)	7.5 (7.4)	5.9 (5.1)	5.0 (5.8)	6.3 (5.4)	9.7 (7.8)	6.9 (5.7)	7.2 (6.9)	5.7 (6.1)
<p><i>Variables continuas: Ingresos, egresos, clientes únicos, proveedores, total trabajadores, trabajadores hombres, trabajadores mujeres, trabajadores remunerados, trabajadores no remunerados y año de experiencia, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis. Para ingresos, egresos, ganancia clientes únicos y proveedores también se reporta el cuartil 1 (25% de la distribución), la mediana (50% de la distribución) y cuartil 3 (75% de la distribución)</i></p> <p><i>Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i></p>									

4.3 Resiliencia Financiera

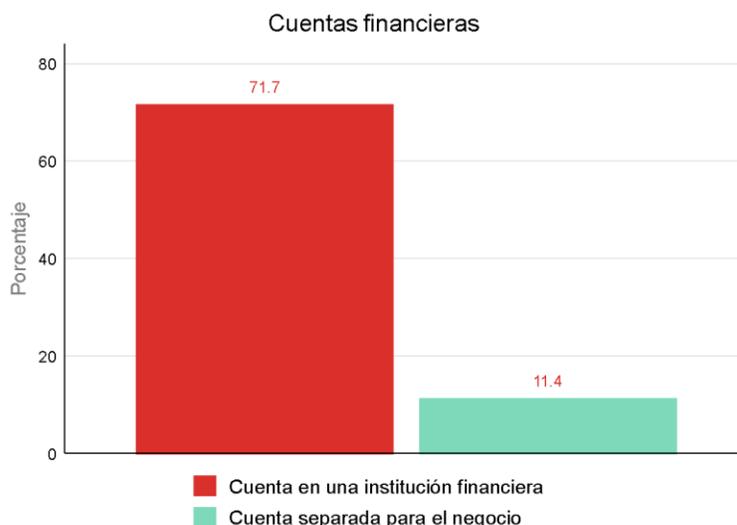
La Tabla 9 muestra las características de los negocios que manejan las emprendedoras de acuerdo con el tipo de muestra IGNITE-STRIVE mientras que la Tabla 10 muestra lo mismo desagregado por cada uno de los 8 estratos.

Tabla 10: Resiliencia financiera según tipo de muestra IGNITE-STRIVE

	Total	Strive	Ignite
	N=879	N=446	N=433
Indicador Inmediato			
Tiene cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar (%)	11.4% (100)	9.4% (42)	13.4% (58)
Tiene objetivos del negocio a corto y largo plazo (%)	90.4% (795)	89.0% (397)	91.9% (398)
Acceso a al menos 1 recurso en línea (%)	43.0% (378)	35.9% (160)	50.3% (218)
3 meses o menos para recuperase de una pérdida significativa (%)	90.2% (793)	93.7% (418)	86.6% (375)
Indicador Intermedio			
Registra gastos e ingresos de su negocio (%)	69.7% (613)	66.6% (297)	73.0% (316)
Accede a recursos financieros (%)	96.5% (848)	97.3% (434)	95.6% (414)
Acceso a al menos 2 recursos en línea (%)	16.0% (141)	12.3% (55)	19.9% (86)
Adoptaría una estrategia de resiliencia en caso de una pérdida significativa (%)	91.4% (803)	93.3% (416)	89.4% (387)
<i>Se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>			

En términos de resiliencia financiera, varios indicadores muestran una visión general de cómo las participantes manejan sus finanzas empresariales y están preparadas para enfrentar pérdidas significativas. **Solo el 11.4% de las participantes tienen cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar**, lo cual sugiere que la mayoría aún no ha implementado prácticas de separación financiera que faciliten la gestión empresarial. Se observa que este porcentaje es algo mayor en el grupo Ignite (13.4%) en comparación con Strive (9.4%). La Figura 10 muestra que este bajo nivel no se debe a la falta de acceso al sistema financiero, pues el 72% cuenta con cuentas en instituciones financieras.

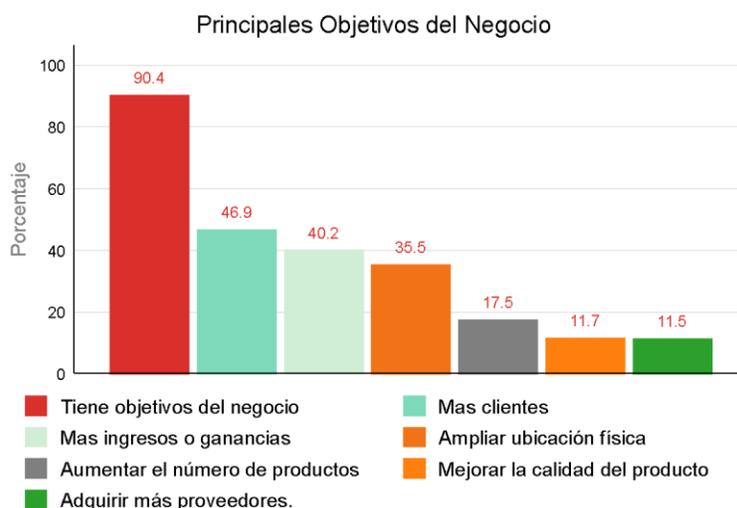
Figura 10: Acceso a cuentas financieras



La gran mayoría de las participantes (90.4%) reporta tener objetivos de negocio tanto a corto como a largo plazo, lo cual sugiere un potencial alto grado de planificación en sus emprendimientos. Este porcentaje varía significativamente entre los diferentes estratos geográficos; por ejemplo, en el estrato Norte - Ignite, el 100% de las emprendedoras expresa tener estos objetivos. En contraste, el estrato Centro - Ignite muestra un menor porcentaje (72.6%) de participantes con objetivos establecidos.

Los objetivos comunes en orden son: el aumento de los clientes (47%), el aumento de ingresos o ganancias (40%) y la ampliación de la ubicación física (36%) (ver Figura 11).

Figura 11: Principales objetivos del negocio de las emprendedoras



Pregunta de respuesta múltiple. Solo se consideran las opciones mayores al 10%

El acceso a recursos en línea es relativamente limitado entre las participantes, con un 43.0% de ellas reportando que utilizan al menos un recurso digital para apoyar sus negocios. Sin embargo, este acceso no es uniforme: el grupo Ignite muestra un acceso mayor (50.3%) en comparación con

Strive (35.9%), lo que sugiere que las participantes con más experiencia o más tiempo en el programa tienden a usar herramientas digitales en mayor medida. Esta tendencia también varía según la región; en Lima y Callao - Ignite, el 58.8% de las participantes accede a recursos en línea, mientras que el Centro - Strive presenta el menor acceso, con solo el 31.3%.

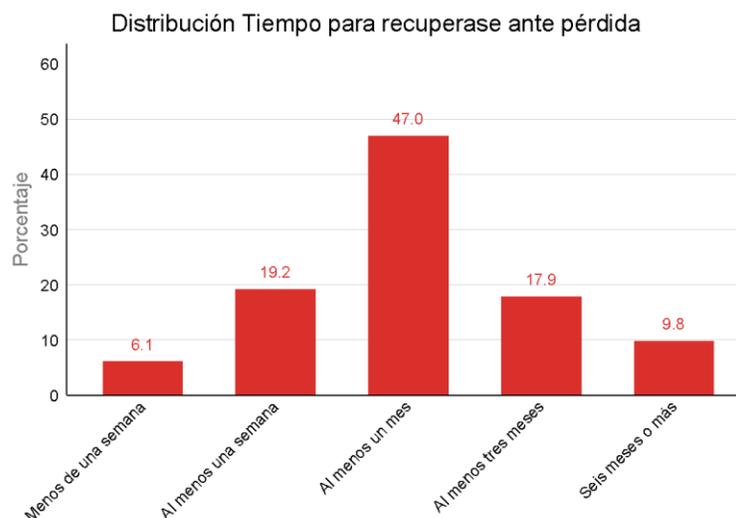
Entre los tipos de recursos en línea más utilizados, el uso de redes sociales destaca con un 37.1%. Otros recursos se usan en clara minoría. Estos incluyen los cursos de e-learning (10.8%) y videos en línea (10.5%), ambos para capacitarse y mejorar sus habilidades. En menor medida, las participantes acceden a mercados en línea (5.8%) y a artículos y herramientas específicas en línea (5.2%), lo que indica un uso moderado de plataformas comerciales digitales. Estos datos sugieren que, aunque una proporción considerable de las participantes tiene acceso a recursos digitales, todavía hay amplio margen para incrementar la adopción de herramientas en línea que podrían beneficiar sus negocios.

Figura 12: Principales recursos en línea a los que acceden las emprendedoras



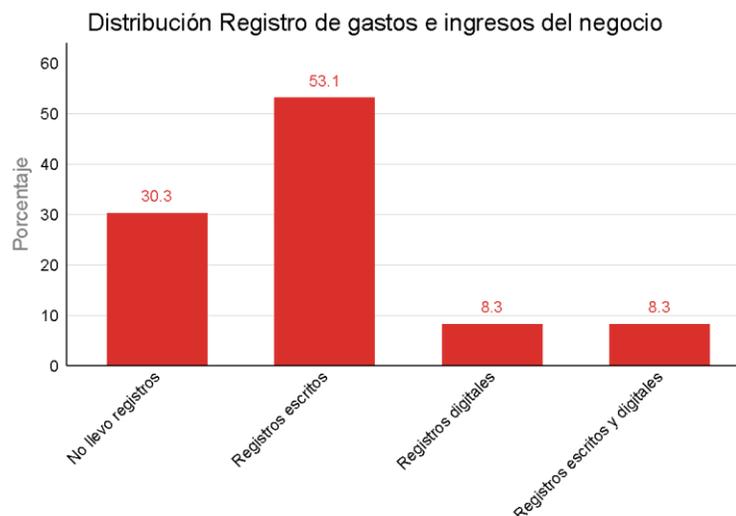
Un 90.2% de las participantes indican que podrían recuperarse en tres meses o menos en caso de una pérdida significativa, lo que refleja una percepción general de resiliencia ante crisis. Sin embargo, este porcentaje es ligeramente mayor en el grupo Strive (93.7%) frente a Ignite (86.6%), lo que podría sugerir una mayor confianza o preparación en el grupo de nuevas participantes.

Figura 13: Distribución de tiempo para recuperarse ante una pérdida significativa



En cuanto a los indicadores intermedios, **un 69.7% de las participantes registra regularmente los gastos e ingresos de su negocio**. Este porcentaje es mayor en Ignite (73.0%) que en Strive (66.6%), y alcanza niveles más altos en estratos como Lima y Callao - Strive (81.8%) y Norte - Ignite (76.7%), en contraste con Centro - Ignite, donde solo el 47.6% reporta llevar registros. Es importante mencionar que solamente un 16.6% lleva registros digitales (ver Figura 14).

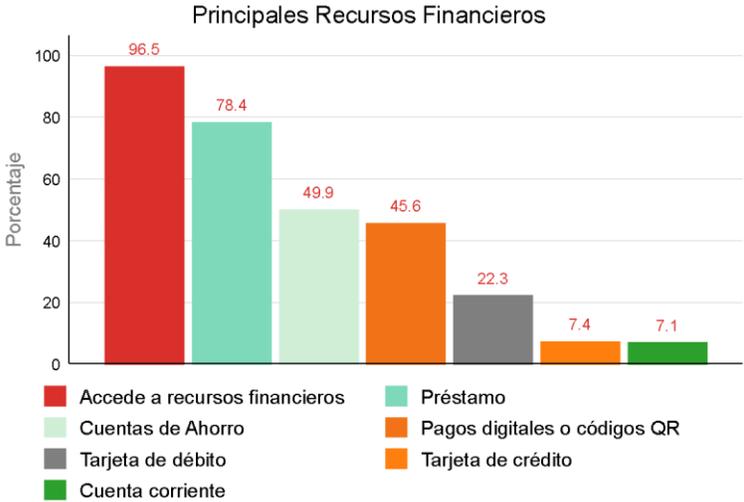
Figura 14: Distribución tipo de registro de ingresos y gastos de los negocios de las encuestadas



El acceso a recursos financieros es muy alto entre las participantes, con un 96.5% reportando tener acceso a al menos un recurso de este tipo, lo cual indica una amplia inclusión financiera en general, sin diferencias notables entre los grupos IGNITE y Strive. Sin embargo, los estratos de la región Centro muestran un nivel de acceso ligeramente menor, quedando por debajo del 90%, lo que podría reflejar barreras regionales específicas en el acceso a servicios financieros.

Dentro de los tipos de recursos financieros, los préstamos son la opción más común, con un 78.4% de las participantes. Le sigue la cuenta de ahorro con un 49.9%, lo que indica que la mitad de las participantes no cuentan con este recurso financiero. Finalmente, los pagos digitales o códigos QR también tienen una adopción considerable (45.6%). Otros recursos menos comunes incluyen las tarjetas de débito (22.3%), las tarjetas de crédito y finalmente las cuentas corrientes (7.1%), como se muestra en la Figura 15. Estos porcentajes reflejan una preferencia por los préstamos como principal recurso financiero, mientras que herramientas de ahorro y pagos inmediatos, como las cuentas de ahorro y los pagos digitales, también son ampliamente utilizadas. Sin embargo, el uso limitado de productos como tarjetas de crédito y cuentas corrientes podría indicar barreras de acceso o una menor percepción de utilidad entre las participantes.

Figura 15: Distribución de recursos financieros a los que acceden las encuestadas



Pregunta de respuesta múltiple. Solo se consideran las opciones mayores al 3%

Finalmente, **solo el 16.0% de las participantes tiene acceso a al menos dos recursos en línea**, con una clara diferencia entre Ignite (19.9%) y Strive (12.3%). Este indicador es especialmente bajo en estratos como Centro - Strive (1.6%) y Norte - Strive (3.4%), pero es alto en Lima y Callao - Strive (35.0%), lo que indica una disparidad en el acceso digital según la región.

La gran mayoría de las participantes (91.4%) está dispuesta a adoptar alguna estrategia de resiliencia en caso de enfrentar una pérdida significativa, lo cual refleja un nivel de preparación y flexibilidad ante posibles crisis financieras. Este compromiso con la resiliencia es consistente en la mayoría de los estratos, aunque en el Sur - Ignite se observa un nivel ligeramente menor, con un 86.1%.

La Figura 16 muestra que la estrategia más común para enfrentar una crisis es pedir un préstamo a un banco, lo que podría indicar una disposición a recurrir a financiamiento externo si fuese necesario. Esta opción es elegida por el 58% de las participantes. En segundo lugar, el uso de ahorros personales con un 23.3% lo que indica que muchas emprendedoras dependen de recursos propios para mitigar riesgos. Luego trabajar más horas (18.2%) y luego un 11.9% optaría por utilizar ahorros específicos para el negocio, lo que sugiere que una parte de las participantes ha separado fondos específicamente destinados a cubrir necesidades empresariales. Estos datos muestran una diversidad en las estrategias de resiliencia, con una preferencia marcada hacia el uso de crédito y ahorros.

Figura 16: Distribución de las principales estrategias de resiliencia ante una pérdida significativa



A fin de complementar los resultados cuantitativos de la línea de base, algunos aspectos abordados en las encuestas también fueron explorados durante las entrevistas tanto individuales como grupales con las mujeres emprendedoras que evidencian sus habilidades empresariales y sus prácticas de resiliencia financiera ante situaciones de emergencia. Por un lado, las mujeres entrevistadas evidenciaron tener algunos comportamientos positivos o buenas prácticas financieras que contribuyen con el crecimiento de sus negocios. Entre estas sobresale, principalmente, **el uso de herramientas digitales** y, en particular, **el uso de redes sociales** para publicitar sus negocios y los servicios que ofrecen y/o **el uso de billeteras digitales** tales como el yape y el plin.

Algunas mujeres emprendedoras entrevistadas cuentan también con un **registro contable** que les permite ordenar sus finanzas y controlar sus gastos, así como **separan los ingresos y los gastos de sus negocios con los del hogar y/o tienen una cuenta bancaria separada para sus negocios**. Adicionalmente, aunque fueron pocos los casos reportados, destaca también como una buena práctica financiera implementada por las emprendedoras el hecho de contar con un **plan de negocios y/o establecer redes de contactos (p.ej. con otros emprendedores, asociaciones, etc.)**. Si bien estos comportamientos son menos comunes, aquellas emprendedoras que los ponen en práctica reconocen que les permite adaptarse mejor a los desafíos del mercado.

“Hasta que entendí, no sé, que aprendí a través de una capacitación que yo tengo que destinar un monto para mi sueldo, de mi sueldo pago mis gastos. Gastos y que aparte tiene que quedar un dinero que es de mi negocio porque realmente el dinero que producía no era mío, era de mi negocio, yo era una empleada en mi negocio. Cuando yo entendí que yo era una empleada en mi negocio, mis finanzas mejoraron mucho. Exacto, y sobre todo el tema de los gastos hormigas también. En mi caso este como les comenté hace unos meses recién he empezado todo el tema de mis capacitaciones y yo y este cuando entendí que tenía que separar mis finanzas también aprendí el tema del ahorro y eh si había asignado un ahorro que era justamente mi papa falleció hace 2 semanas y entonces eso como que ahí ya esa plata choqué con ello porque era lo que había en ese momento en el hospital, en todo un

tema, pero si no hubiese tenido esa plata ahorrada, hubiera sido un caos” (Mujer Emprendedora 1).

“O sea, tener una buena organización de tus ingresos y salidas. Apoyarte en plataformas digitales. Por ejemplo, yo manejo un negocio con el sistema Wallet. Que me ayuda a registrar todas las ventas, también salidas, a tener reportes de cuáles son los productos que más vendo y también los reportes mensuales de cada mes. Otro es el tema, obviamente, de redes sociales. Yo manejo campañas de redes sociales pagadas, tanto para Facebook o para Instagram, y también direccionadas a WhatsApp” (Mujer Emprendedora 2).

“Ahora que tenemos este proyecto con PROINNOVATE nos hemos visto en la necesidad de separar las finanzas y como era una empresa como persona natural con RUC pues las finanzas estaban mezcladas, ahora que ya somos empresa jurídica y social ya hemos tenido tenemos una cuenta aparte, ¿no? Donde estamos manejando solo los ingresos. (...) Ya nos vimos en la necesidad de tener un registro de compras, un registro de ventas. Ahora vamos a tener que contratar a un contador, porque antes lo hacía yo también, el tema contable lo hacía yo” (Mujer Emprendedora 3).

Si bien estas prácticas identificadas en la estrategia cualitativa son fundamentales para el crecimiento de sus negocios, el análisis cuantitativo mostró que aún un porcentaje limitado de mujeres encuestadas adopta estas prácticas formalmente. Esto se debe a que en las entrevistas individuales y grupales participaron mujeres emprendedoras identificadas como *“positive deviants”*, es decir, emprendedoras que destacan precisamente por sus buenas prácticas empresariales.

En las entrevistas individuales y grupales realizadas también se recogió información relevante sobre la resiliencia de las mujeres emprendedoras ante desafíos económicos y sociales. En particular, con el objetivo de entender el contexto en que ponen en práctica su capacidad de resiliencia para superar shocks en sus negocios, se les consultó sobre los principales desafíos o dificultades que enfrentan actualmente en sus negocios y las estrategias que implementan para superarlos, encontrándose lo siguiente. En primer lugar, las mujeres emprendedoras identificaron ciertas amenazas o riesgos que son externos relacionados con la **coyuntura social de nuestro país**, destacándose principalmente la **inestabilidad política, la crisis económica y/o la inseguridad ciudadana**. Específicamente, las mujeres emprendedoras entrevistadas señalaron que **las huelgas o paros** producidos recientemente en el país y/o **la actual crisis económica ha disminuido sus ventas**. Respecto a la inseguridad ciudadana, las entrevistadas también mostraron su enorme preocupación por **el incremento actual de casos de extorsiones**.

“Y ahora mismo que sí me preocupa mucho, y también lo dije en el Focus Group, es el tema de la inseguridad. Porque mi negocio está muy de cara al público. O sea, es una tienda física. Son tiendas físicas de cara al cliente, entonces he visto muy cerca porque después una de las tiendas está en la misma avenida Arequipa y hay toda una red de prostitución que hay cerca de Riso y todo esto, entonces ya ha habido como algunas matanzas y también el tema de la extorsión, felizmente nunca ha pasado, pero sí lo siento muy cerca porque igual estoy muy expuesta, entonces ahora mismo estoy a veces un poco más preocupada en tratar de como de no exponerme” (Mujer Emprendedora 2).

Otras dificultades identificadas por las mujeres emprendedoras tienen que ver con la **falta de capital para invertir en sus negocios**. Al respecto, una de las entrevistadas señaló, por ejemplo, que en su negocio de economía circular muchas veces los pedidos o contratos que le ofrecen son a “todo costo”, lo que implica asumir los costos de materiales, insumos, mano de obra y otros costos asociados. En este sentido, la falta de liquidez es una barrera para aceptar este tipo de oportunidades. Sumado a ello, las mujeres entrevistadas también presentan dificultades para **cubrir los gastos de sus negocios, para contratar personal más calificado/con experiencia y/o para comprar herramientas de producción**. Esto se debe, principalmente, a que no pueden asumir esos costos en este momento.

“Por ejemplo, el tema de economía circular que está en bomba, ¿no? Y lo que me está afectando, o sea, como te comenté, que de repente ya tenía un cliente y se me juntan tres, es decir, capital de trabajo para financiar mano de obra y materiales, sí es un desafío. Entonces, ¿qué he tenido? Que vender el auto de mi hermano y que nos preste dinero. Poder salir, porque si no, me ahogaba. Y no son empresas chiquitas, son empresas grandes. El tema es que, bueno, me piden una gran producción, entonces me falta capital semilla. Es que yo trabajo prendas en desuso, o sea, me dan sus uniformes y hago accesorios únicos. Entonces me pueden pedir 300 500 por el laptop, mochilas, ¿no? Y entonces que es este financiar, financiar el cincuenta por ciento de mano de obra. Y además otro, esta cosa, o sea, el pago es a treinta días, en una gran empresa, no es treinta días, sino puede ser cuarenta y cinco días. Después, después de aprobar la hoja de servicio, guau, no es que tú entregas la guía y entregarse, no, lo que depende de la hoja de servicio por su política de compra de cada empresa” (Mujer Emprendedora 4).

El rol de cuidado y los quehaceres del hogar también es otro desafío que enfrentan las mujeres emprendedoras y que dificulta la gestión de sus negocios. En estos casos, para las mujeres emprendedoras con quienes se abordó esta temática resulta difícil balancear su tiempo por las múltiples tareas del hogar que asumen ya sea en el cuidado de los hijos o de sus padres mayores. Sumado a ello, varias mujeres también enfrentan obstáculos al solicitar préstamos o financiamiento debido a prejuicios sobre su juventud o género, lo cual limita su acceso a recursos financieros formales de manera que su capacidad de adaptación no puede compensar.

“Tenemos que organizar nuestros tiempos para todo, para esto, para los hijos, como dices, tenemos nuestros padres también atendernos, el negocio, que ven esto. Y, de verdad, a veces llegamos al final del día, pero aun así no estamos acostadas. Somos pulpo” (Mujer Emprendedora 5).

“(…) ahorita estoy con un tema de mis dos menores hijos que tienen autismo, entonces no dispongo mucho de tiempo. La dificultad es que no tengo mucho tiempo como le decía... tengo los niños con autismo. Entonces me dedico a llevarlos al hospital, al hospital del niño, volver, cocinar. Entonces, de lo que estaba trabajando, bien. Entonces, como le diagnosticaron el comportamiento y todo, entonces me atrasaron porque tengo dos bebotes de tres años y seis meses. Entonces, como tuve esa condición, entonces tuve que apoyar, tuve que dejar en pequeños negocios, a veces diseño de casa. Entonces, el tiempo me ha quedado corto. Me he limitado al tema económicamente” (Mujer Emprendedora 6).

Frente a estos desafíos o dificultades en sus negocios, las emprendedoras entrevistadas desarrollan ciertas estrategias de adaptación. Respecto a shocks externos como la inseguridad ciudadana y el riesgo de sufrir de extorsión, algunas entrevistadas cambian sus rutinas diarias, se exponen menos en redes sociales o en sus anuncios publicitarios para evitar ser reconocidas como las propietarias del negocio y/o no contestan llamadas de números desconocidos. En otros casos, a fin de mejorar sus ventas o ganancias, las mujeres emprendedoras diversifican sus negocios a nuevos bienes o servicios en episodios de incertidumbre, fian sus productos o brindan facilidades para el pago y/o tratan de atraer nuevos clientes invirtiendo en el branding de su marca o ampliando sus redes con instituciones relevantes en el rubro de los negocios (p.ej. Cámara del Comercio). En algunos casos, donde las mujeres emprendedoras tienen mayores dificultades para subsistir o tienen una carga familiar importante, optan por buscar un trabajo a tiempo parcial que complemente sus ingresos.

“Estamos terminando de desarrollar los productos presentaciones, el branding y todo eso para poder recién ya buscar algunos aliados en provincia, ¿no? Cosa que no sería tan necesario si la conectividad en el Perú fuera mejor. Justamente con lo que comenté, ¿no? Estamos terminando ya de hacer terminar la parte visual del branding de la empresa, las etiquetas, la presentación del producto, para poder así ya ofrecerlo a cadenas de tiendas, por ejemplo, como Flor & Fauna, ¿no?, de productos ecológicos. Empresas, tiendas también en provincias de productos ecológicos. Entonces, estamos buscando mejorar, bueno, ya lo estamos haciendo, la presentación del producto para que pueda tener esos estándares de presentación ante un tipo de tiendas, apartamento también” (Mujer Emprendedora 5).

“Bueno, una de las tácticas que hemos realizado, ya que en el mercado vienen diferentes personas, es el famoso apartado, podría decirse, me piden un pedido o me dicen me gusta esto, le digo ya, bueno, pero tengo tanto y guárdamelo, ya está bien te lo guardo y te doy la prenda cuando termines de cancelar y en cuantos días lo vas a cancelar. Y, ya, ya, se queda y no solo me pide esa prenda no y ya se proyecta para otras entonces yo ya tengo este pedido ya este que yo sé que tengo que traer ok” (Mujer Emprendedora 9).

En la estrategia cualitativa, a diferencia de lo recogido mediante las encuestas, también se abordó con las emprendedoras sus experiencias durante la crisis sanitaria por Covid-19 y, en particular, los retos que enfrentaron en sus negocios a partir de las medidas adoptadas por el Estado para controlar la pandemia, las estrategias desarrolladas por las emprendedoras para contrarrestar dicha situación y cómo afrontarían ahora situaciones de emergencia u incertidumbre a partir de lo aprendido durante la crisis sanitaria. Todos estos aspectos apuntaron a conocer las experiencias de resiliencia financiera de las emprendedoras y sus capacidades de adaptación para superar y recuperarse de pérdidas económicas.

Respecto al primer punto, Las mujeres emprendedoras cuyos negocios no están asociados con la provisión de servicios o bienes de primera necesidad enfrentaron muchas dificultades durante la crisis sanitaria por Covid-19 debido, principalmente, a que **no contaban con un respaldo financiero para sobrellevar las medidas de confinamiento y las restricciones y a que el rubro de sus negocios demoró en reanudar sus actividades** (p.ej. aquellos negocios enfocados en la venta de ropa). Entre las estrategias comunes adoptadas por las mujeres emprendedoras para sobrellevar el cierre de sus

negocios destacan las siguientes: i) la diversificación de sus negocios a nuevos bienes o servicios (p.ej. venta de mascarillas, artículos de limpieza o desinfección); y/o ii) el acceso a préstamos bancarios o créditos brindados por el Estado para atender sus necesidades de liquidez (p.ej. Programa de Garantías del Gobierno Nacional “Reactiva Perú”).

“La pandemia a mí me enseñó un montón mira yo me acuerdo que ya o sea no había ya nada ya no teníamos plata entonces me puse a vender mascarillas por las redes ahí donde por el Facebook de los grupos no empecé a publicar y me compré una motito porque ya había generado y con la moto me empecé a repartir por toda la zona las mascarillas no entonces de una otra manera en momento era eso el negocio era el boom, mascarilla, la venta de ropa y como ya veía que si ya iba retirándose ya no ya no usaba mucho entonces ya fui también deshaciéndome, fui botándolo, rematando, rematando y ahí es donde ya de nuevo empiezo con lo que es de ropa” (Mujer Emprendedora 8).

“¿Cómo superamos esa crisis? Fue porque como ya estaban a la venta las mascarillas. Las mascarillas en ese tiempo eran algo que las personas que salían tenían que cubrirse. ¿Cómo hicimos nosotros, a la ayuda de un amigo que estaba afuera de nuestra comunidad, una persona que es conocida nos dijo, ¿qué tal si ustedes venden mascarillas? Pero nosotros no sabíamos hacer mascarillas, pero nos dice, les doy un modelo de mascarilla de las cuales usted ya ha cortado. Ustedes lo bordan con su diseño y nosotros nos encargamos de confeccionar y vender y el porcentaje de la ganancia se queda en ustedes. Eso nos ayudó a nosotros como mamás a superar eso, porque ya no era sólo dificultad de nosotros en la economía, sino también era dificultad de uno mismo como desarrollo, o sea, ya no teníamos esa mentalidad de querer hacer las cosas, sino que en lo personal a todos nos afectó” (Mujer Emprendedora 10).

En contraste, para las mujeres emprendedoras cuyos negocios están relacionados con el abastecimiento de alimentos o con la venta de artículos de limpieza, es decir con insumos de primera necesidad, la crisis sanitaria por Covid-19 fue una oportunidad de generar ingresos económicos o incrementar sus ganancias. En la mayoría de estos casos, las mujeres emprendedoras expandieron sus negocios a internet o se favorecieron por los servicios de entrega por delivery. La pandemia también fue una oportunidad para las emprendedoras cuyo rubro de negocio está vinculado al diseño/ marketing digital o dedicado a la importación y venta de bicicletas, accesorios y repuestos. Respecto al primer caso, una de las emprendedoras entrevistadas mencionó que diversificó sus servicios y brindó capacitaciones a empresas en el uso de herramientas digitales. En el segundo caso, dado que durante la pandemia se impulsó el uso de las bicicletas como medio de transporte, las ganancias de una de las emprendedoras dedicadas a este negocio se incrementaron considerablemente.

Más allá de la pandemia, las emprendedoras también han enfrentado otras situaciones de crisis financiera que han puesto a prueba su resiliencia. En estos casos lo que hicieron algunas de las entrevistadas fue acceder a sus fondos de la AFP o tomarse una pausa en sus negocios para buscar empleo a tiempo parcial hasta recuperarse financieramente y así retomar sus emprendimientos.

A partir de su experiencia durante la crisis sanitaria por Covid-19 y las lecciones aprendidas, casi todas las mujeres emprendedoras entrevistadas señalaron que, frente a una nueva situación de

emergencia, lo que harían diferente es **tener un fondo de emergencia que les permita continuar operando**. Adicionalmente, algunas emprendedoras también coincidieron en señalar que, en lugar de solicitar un préstamo financiero, **pedirían dinero prestado a sus familiares pues tienen una percepción negativa de los bancos**. En particular, las entrevistadas mencionaron que no confían en los bancos por los altos intereses que cobran. Ello podría explicar los hallazgos cuantitativos que sugieren que solo el 7.4% de las encuestadas accede a préstamos.

“A ver, tendrías que evaluar, como dice, ¿no? El primer punto sería evaluar qué te robaron..qué me robaron y cuánto el monto es lo que me robaron. Por decir, si ese monto no es tan considerable, de repente podría acceder a los a los préstamos, este, los prestamos familiares o de amistad, ¿no? Que sí que me van a dar y de alguna manera poder otra vez, este, reinvertir con ellos, ¿no? Ahora, si el monto es considerable, eh, tendría que pensar muchas veces, porque yo tampoco tengo mucha confianza en el banco, ¿no así? Porque me sacan hasta lo que no tengo. Entonces, este, lo pensaría mucho y si no me de repente algo que tengo eh que podría sacar un buen monto para cubrir ese ese gasto” (Mujer Emprendedora 5).

“Bueno pues en ese momento pues seguro me pongo así. En shock. Pero tengo que reaccionar ¿No? Darle solución. Ah como dice ponerme a llorar nada de esto y diga ser fuerte pues ¿No? Ser fuerte este como dice acá y con toda la experiencia que ya uno tiene y todo lo que ha pasado pues eh tratar de ver por dónde empezar nuevamente, qué es lo que te queda, que no se llevaron, qué hemos perdido y sobre eso volver a a incrementar, a recuperar lo que se tenga que ir a ahora prestado contigo no yo no soy muy devota de los bancos. No quiero saber nada de banco, ya como te digo, no sé de ellos hace cinco años. Sí, ya no quiero. Pero sí tengo, gracias a Dios sí tengo familia que sí me apoya. Entonces saben que yo voy a trabajar, que siempre estoy ahí, y que les y sobre todo que no me cobran intereses. Y yo sé que cuando vas a pagar, sigue trabajando, sigan trabajando, sigan sacando familia adelante y todo, y bien. Entonces, para tal fecha, hasta a veces me dicen, mira, cuando tú quieras” (Mujer Emprendedora 7).

“(…) Eh, lo que yo sí he hecho es educar a mis hijos. Entonces, mis bancos son ellos. O sea, cualquier cosa que yo necesite, yo le recurro a ellos. No, esto, me pasa esto. Entonces, ellos siempre me están apoyando. La ventaja es que todavía los tengo a mi lado. Ya están solteros y los tengo a mi lado. Entonces, ellos siempre son mi apoyo económico cuando yo requiero de algo o algo me pasa. O sea, yo siempre... Mi cabeza siempre estuvo en que tengo que invertir en ellos en su educación, porque es la mejor herencia que yo les puedo dejar. Y ahora ellos son mi apoyo, ¿no?” (Mujer Emprendedora 19).

Con relación a este mismo tema sobre la resiliencia financiera, durante las entrevistas a profundidad realizadas también se les consultó a las entrevistadas sobre qué consejos podrían brindarles a otras mujeres emprendedoras para estar mejor preparadas en una situación de emergencia. En primer lugar, las mujeres empresarias sugirieron confiar en sí mismas y en sus capacidades para gestionar y sacar adelante sus negocios, no rendirse y continuar perseverando. En segundo lugar, hicieron hincapié nuevamente en tener ahorros, así como capacitarse o fortalecer sus conocimientos sobre cómo gestionar sus negocios. Por último, algunas mujeres emprendedoras también recomendaron analizar la situación de emergencia, evaluar las alternativas e identificar cuáles son los riesgos u amenazas para luego tomar decisiones.

Pese a ello, las mujeres emprendedoras entrevistadas también reconocieron que lo que les dificulta prepararse para una emergencia en sus negocios es la **falta de liquidez o capital suficiente**. Una de las entrevistadas también identificó como un impedimento para tomar decisiones acertadas y enfrentar situaciones de emergencia **la falta de confianza en sí misma, el estrés y la falta de un adecuado manejo de las emociones**. **La crisis económica que atraviesa nuestro país y la coyuntura política** también impiden que las mujeres emprendedoras se proyecten en sus negocios, tal como fue señalado por algunas entrevistadas.

Tabla 11: Resiliencia financiera según estrato

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
	N=879	N=64	N=84	N=137	N=102	N=146	N=146	N=99	N=101
Indicador Inmediato									
Tiene cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar (%)	11.4% (100)	6.3% (4)	14.3% (12)	10.2% (14)	13.7% (14)	8.9% (13)	10.3% (15)	11.1% (11)	16.8% (17)
Tiene objetivos del negocio a corto y largo plazo (%)	90.4% (795)	87.5% (56)	72.6% (61)	97.8% (134)	90.2% (92)	85.6% (125)	100.0% (146)	82.8% (82)	98.0% (99)
Acceso a al menos 1 recurso en línea (%)	43.0% (378)	31.3% (20)	26.2% (22)	59.9% (82)	58.8% (60)	26.7% (39)	63.0% (92)	19.2% (19)	43.6% (44)
3 meses o menos para recuperase de una pérdida significativa (%)	90.2% (793)	95.3% (61)	94.0% (79)	94.2% (129)	87.3% (89)	96.6% (141)	82.9% (121)	87.9% (87)	85.1% (86)
Indicador Intermedio									
Registra gastos e ingresos de su negocio (%)	69.7% (613)	62.5% (40)	47.6% (40)	81.8% (112)	81.4% (83)	45.9% (67)	76.7% (112)	78.8% (78)	80.2% (81)
Accede a recursos financieros (%)	96.5% (848)	87.5% (56)	89.3% (75)	99.3% (136)	98.0% (100)	99.3% (145)	96.6% (141)	98.0% (97)	97.0% (98)
Acceso a al menos 2 recursos en línea (%)	16.0% (141)	1.6% (1)	2.4% (2)	35.0% (48)	17.6% (18)	3.4% (5)	32.9% (48)	1.0% (1)	17.8% (18)
Adoptaría una estrategia de resiliencia en caso de una pérdida significativa (%)	91.4% (803)	95.3% (61)	95.2% (80)	92.7% (127)	93.1% (95)	91.1% (133)	85.6% (125)	96.0% (95)	86.1% (87)
<i>Se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>									

4.4 Confianza y Control

La Tabla 11 muestra las características de los negocios que manejan las emprendedoras de acuerdo con el tipo de muestra IGNITE-STRIVE mientras que la Tabla 12 muestra lo mismo desagregado por cada uno de los 8 estratos.

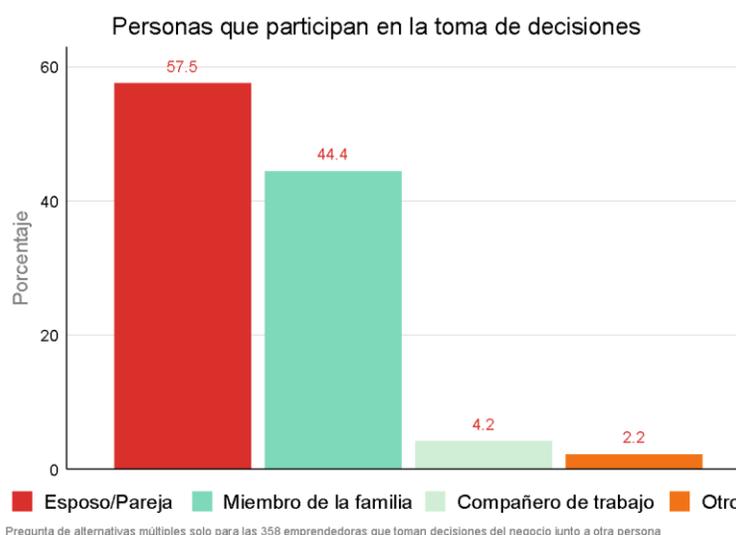
Tabla 12: Control y Confianza según tipo de muestra IGNITE-STRIVE

	Total	Strive	Ignite
	N=879	N=446	N=433
Indicador Inmediato			
Nivel de control de las decisiones del negocio(%)			
Solo ella da opinión y no quiere otras opiniones	33.7% (296)	38.3% (171)	28.9% (125)
Solo ella da opinión y quiere otras opiniones	25.6% (225)	22.4% (100)	28.9% (125)
Ella da la opinión junto a otras personas y no quiere otras opiniones	17.7% (156)	21.3% (95)	14.1% (61)
Ella da la opinión junto a otras personas y quiere otras opiniones	17.7% (156)	9.6% (43)	26.1% (113)
No toma decisiones	5.2% (46)	8.3% (37)	2.1% (9)
Tengo una red aparte de mis familiares y amigos en la que puedo confiar para tomar decisiones (%)	58.8% (517)	65.7% (293)	51.7% (224)
Cantidad de clientes únicos en un mes	128.5 (256.7)	125.5 (259.9)	131.6 (253.8)
Tiene recursos financieros para operar y hacer crecer el negocio(%)	73.7% (648)	78.3% (349)	69.1% (299)
Indicador Intermedio			
Confío en mi capacidad para tomar decisiones sobre mi negocio por mi cuenta (%)	98.2% (863)	99.3% (443)	97.0% (420)
Puedo identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero cuando lo necesito (%)	79.2% (696)	77.4% (345)	81.1% (351)
Confío en mi capacidad para aumentar mi base de clientes/consumidores(%)	97.5% (857)	98.4% (439)	96.5% (418)
Tengo las habilidades que necesito para operar y hacer crecer mi negocio (%)	97.4% (856)	97.3% (434)	97.5% (422)
Me siento preparada para cualquier evento no planificado que pueda afectar (%)	86.7% (762)	87.2% (389)	86.1% (373)
Confío en mi capacidad para seleccionar proveedores que generen el mejor precio para mi negocio (%)	97.4% (856)	97.5% (435)	97.2% (421)
Tengo las habilidades para usar la tecnología digital para operar y hacer crecer mi negocio (%)	65.1% (572)	63.7% (284)	66.5% (288)
Índice de confianza estandarizado	0.89 (0.15)	0.89 (0.14)	0.89 (0.15)
Accede a recursos financieros(%)	96.5% (848)	97.3% (434)	95.6% (414)

	Total	Strive	Ignite
<i>VARIABLES CONTINUAS : Cantidad de clientes únicos, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis</i>			
<i>Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>			

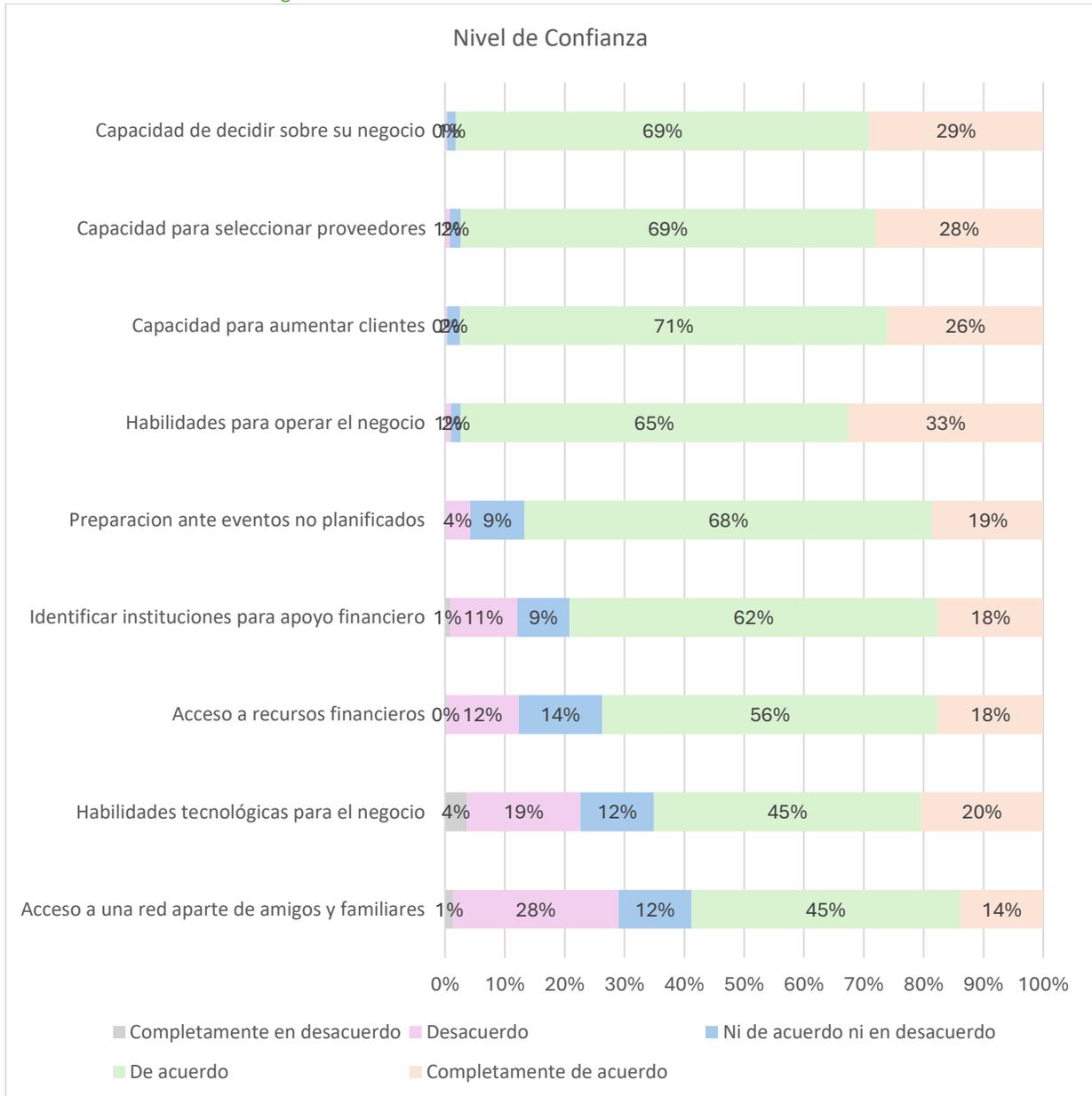
En cuanto al nivel de control de las decisiones del negocio, el 33.7% de las participantes reporta que "solo ella da la opinión y no quiere otras opiniones", lo que indica un enfoque independiente en la toma de decisiones. Este indicador es más alto en el grupo Strive (38.3%) en comparación con Ignite (28.9%). Por otro lado, el 17.7% de las participantes dice que "ella da la opinión junto a otras personas y quiere otras opiniones", siendo esta actitud más común en Ignite (26.1%) que en Strive (9.6%). Solo el 5.2% de las participantes mencionan que "no toman decisiones", un porcentaje que es considerablemente mayor en el grupo Strive (8.3%) en comparación con Ignite (2.1%).

Figura 17: Distribución de relación con la persona con la que toman decisiones del negocio



La Figura 17 muestra la distribución de las personas que participan en la toma de decisiones dentro de los negocios de las emprendedoras participantes. Los resultados reflejan que el 57.5% de las decisiones son compartidas con el esposo o pareja, siendo esta la relación más común. En segundo lugar, un 44.4% de las participantes toman decisiones junto a otro miembro de la familia, lo que demuestra la fuerte influencia familiar en las dinámicas empresariales. Menores porcentajes indicaron involucrar a compañeros de trabajo (4.2%) u otras personas (2.2%). Estos resultados destacan la importancia de las relaciones de pareja y familia en el negocio. Sin embargo, también evidencian posibles limitaciones en la capacidad de autonomía y control sobre las decisiones empresariales. Ello subraya la necesidad de fortalecer la confianza de las emprendedoras en sus capacidades para liderar y tomar decisiones de manera independiente, un eje crucial en la intervención del proyecto Strive Women.

Figura 18: Distribución nivel de confianza de las encuestadas



La red de apoyo para la toma de decisiones es significativa, con el 58.8% de las participantes indicando que cuentan con una red fuera de familiares y amigos en la que pueden confiar para tomar decisiones. Aquí, las diferencias son claras entre los grupos: el 65.7% en Strive frente al 51.7% en Ignite. Además, a nivel de estrato, Lima y Callao - Strive y Norte - Strive muestran los porcentajes más altos (80.3% y 82.2%, respectivamente), mientras que el Centro - Strive tiene un porcentaje considerablemente bajo (10.9%).

En términos de recursos financieros para operar y hacer crecer el negocio, el 73.7% de las participantes indican que disponen de estos recursos, con una diferencia notable entre Strive (78.3%) e Ignite (69.1%). A nivel de estrato, el Norte - Strive presenta el porcentaje más alto, con el

93.2% de las participantes reportando acceso a recursos financieros, mientras que el Centro - Strive tiene el porcentaje más bajo (46.9%).

Entre los indicadores intermedios, **el 98.2% de las participantes confían en su capacidad para tomar decisiones sobre su negocio por su cuenta**, lo cual es un reflejo de su autoconfianza percibida en el manejo de sus negocios. Esta confianza es particularmente alta en Strive (99.3%) frente a Ignite (97.0%).

La capacidad para identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero es reportada por el 79.2% de las participantes. Aunque esta capacidad es algo menor en el grupo Strive (77.4%) comparado con Ignite (81.1%), existen notables diferencias a nivel de estrato. Por ejemplo, Lima y Callao - Ignite tiene un porcentaje muy alto de 91.2%, mientras que el Centro - Strive es bajo en comparación, con solo el 46.9%.

Asimismo, **el 97.5% de las participantes confía en su capacidad para aumentar su base de clientes o consumidores.** Este indicador es bastante alto y homogéneo entre los grupos, aunque el Norte - Strive destaca con el 100% de las participantes confiando en esta capacidad.

La Figura 18 presenta en más detalle los niveles de confianza de las participantes respecto a diferentes aspectos relacionados con la gestión de sus negocios. Los resultados muestran altos niveles de acuerdo y completo acuerdo en varias categorías clave. Por ejemplo, como se menciona antes, el 98% de las participantes confía en su capacidad para decidir sobre su negocio, el 97% en su habilidad para seleccionar proveedores y el 97% en su capacidad para aumentar clientes, lo que resalta una percepción positiva y firme de control sobre estas áreas. Del mismo modo, la preparación ante eventos no planificados (87%) y la habilidad para operar el negocio (98%) reflejan altos niveles de confianza que demuestran el conocimiento y la experiencia adquiridos por las emprendedoras. **Sin embargo, algunas áreas muestran porcentajes no triviales de desacuerdo que merecen atención. Por ejemplo, en habilidades tecnológicas para el negocio, el 23% de las participantes reporta algún nivel de desacuerdo**, lo que podría indicar una brecha en competencias digitales esenciales para operar en un mercado moderno. **Asimismo, en el acceso a una red aparte de amigos y familiares, el 29% expresa estar en desacuerdo, evidenciando limitaciones en la expansión de sus redes profesionales.** Estas áreas destacan la necesidad de intervenciones específicas que refuercen tanto las capacidades tecnológicas como las oportunidades de construir redes más amplias y diversificadas.

Tanto la confianza en sí mismas y el nivel de control sobre las decisiones de sus negocios también fueron temáticas abordadas cualitativamente con las emprendedoras. Por un lado, se encontró que casi todas tienen control sobre múltiples áreas de su vida tanto personal como familiar, incluyendo la gestión de sus negocios, el manejo de las finanzas familiares, la educación y el cuidado de sus hijos/nietos y la organización de su tiempo. En muchos casos, este control se relaciona con su estado civil, ya que la mayoría de entrevistadas son madres solteras y asumen solas la responsabilidad económica y operativa de sus familias y empresas.

“Entonces, creo que mi control general, o sea, en aspectos generales de mi vida, yo tengo control sobre mis hijos, tengo control sobre lo que sucede en la casa, la administración de la casa. Tengo el control sobre mi empresa, tengo el control sobre mi toma de decisiones. Creo que es un matriarcado. Tengo el control sobre la mayor parte de lo que hago, ¿no? Los hijos, porque siempre es... O sea, puede haber una figura paterna u otra persona en

casa, pero ellos siempre vienen con mamá o mamá, mamá, mamá. Entonces, él con la compra de los... Los artículos para el hogar, si es que se remodela algo, si es que cambias algo de la casa, si es que vas a comprar un vehículo, o sea, todo. Creo que en esa parte yo tengo la mayor parte de control. Digamos un 90% del control está en mis manos, en verdad. Porque creo que, aparte de nosotros trabajar, las mujeres siempre, o sea, siempre es requerida nuestra opinión porque es como que sabemos qué es lo que hace falta en general. Yo creo que en mi caso pasa así, creo que en el caso de nosotros pasa lo mismo (...). Igual, cuando las escuché, dije, hay una muy, muy, o sea, hay una coincidencia, creo que yo, más es una casualidad, que todas somos solteras (...) pero en realidad, pues, yo también estoy divorciada. Entonces, es como que ya cada una maneja todo, porque no queda de otra. Porque no hay opción. Porque no hay opción” (Mujer Emprendedora 12).

Según la mayoría de las emprendedoras, ningún área de su vida personal/familiar afecta sus negocios debido a que cuentan con personal que trabaja con ellas, delegan ciertas responsabilidades a sus trabajadores, balancean/gestionan bien su tiempo entre los quehaceres del hogar, la familia y sus negocios y/o reciben apoyo familiar (p.ej. en el cuidado de los hijos pequeños, en las labores domésticas). Sin embargo, para varias de ellas, la elevada carga de responsabilidades en el hogar representa un enorme desafío pues limita el tiempo que destinan a sus negocios, viéndose en la necesidad de trabajar por las noches e incluso en las madrugadas. La salud de las emprendedoras o de sus familiares son aspectos que también afectan sus negocios dado que no se dan abasto para cumplir con los pedidos en los plazos sugeridos por falta de tiempo. Ello implica también tener que rechazar algunas oportunidades de negocio que se les presenta por razones similares.

“Yo creo que las mujeres somos un poco multitasking, lo somos de hecho. Podemos hacer muchas cosas a la vez. Entonces, en mi caso, por ejemplo, y voy a ser bien puntual y bien breve, no tengo hijos, pero mi papá falleció hace dos meses y en ese proceso, cuando él estuvo en el hospital, yo tuve que reestructurar, yo mucho me apoyo en mi familia para el tema de procesos dentro del taller. Entonces, era un tema familiar, tuve que reestructurar todo, dosificar mis tiempos, así cada minuto contaba para poder ir al hospital, para poder regresar, para reunirme con mi hermana, para comprar y eso fue en julio. Entonces, en plena campaña tuve que rechazar algunas propuestas de ir a ferias porque esto estaba fuera de mi control, pero escuchándolas a ellas, o sea, pueden ser los hijos, tú mencionaste a los padres, puede ser la etapa en que tus padres pasan los 85 entonces se vuelven tus hijos. Son tus hijos. Entonces tienes que cuidarlos. Eso también es un factor que, por ejemplo, ahora mi mamá, llegué a mi mamá, entonces en la mañana yo trato de en la mañana bajar, hacer todo lo que tengo que hacer con ella, turnarme con mi hermana y luego subir y dedicarme al taller a tal y tal hora, organizarme mejor” (Mujer Emprendedora 13).

“Bueno, yo...yo tengo tres hijos. La mayor tiene 13, segundo tiene la 5 última tiene 3 años. Estoy divorciándome. Entonces, ahorita para mí es un poco más complicado el inicio de la separación, pero el tema de los niños, el cuidado, el trabajo, de no descuidar eso. Pero esto termina en organización, como dice Violeta, o sea, todo depende de que uno se organice y de que pongan las prioridades adelante y los problemas para atrás. Eso es lo importante. Entonces, yo en las mañanas, los tres van al colegio en las mañanas. Entonces, ese es mi horario en el que yo tengo que correr. Yo cocino, no sé, ya dejo mi almuerzo listo a la hora que ya llego al colegio, ya hice loncheras, ya hice almuerzo, ya me bañé, ya dejé todo listo en la casa. Luego salgo, a veces tengo que hacer

envío para provincia, a veces tengo que recoger productos, hacer esa revisión (...). Y también tengo a veces que ir a las reuniones en el colegio, hay talleres, hay escuela de padres. Entonces, por eso es que yo necesito ese trabajo para yo ver mis tiempos. No podría trabajar en otro lado” (Mujer Emprendedora 14).

Sumado a ello, todas las mujeres emprendedoras entrevistadas resaltaron el hecho de **estar muy involucradas en sus negocios** -pese a que varias de ellas tienen una alta carga familiar o muchas responsabilidades en el hogar- **y de tener influencia o control en casi todas sus áreas** tales como la gestión, el manejo de las finanzas, la contratación de trabajadores, el trato con los clientes/proveedores, la producción, las ventas y/o en el marketing. Al solicitarles un ranking sobre las áreas de sus negocios donde tienen un mayor nivel de control, se encontró algunos patrones comunes en sus respuestas, sobresaliendo principalmente las siguientes áreas que son consideradas esenciales para el éxito de sus negocios: el trato con los clientes, la producción y las finanzas. Las entrevistadas reportaron, además, que en estas áreas tienen un mayor expertise o se sienten más cómodas/familiarizadas.

Existen también algunas áreas en las que a las mujeres emprendedoras les gustaría tener más/menos control de sus negocios. Cabe precisar que, en su evaluación, se encontraron ciertos matices en sus respuestas. Por ejemplo, una de las entrevistadas sugirió que le gustaría tener un mayor control en el **marketing/publicidad de su negocio porque no cuenta con el expertise o las habilidades necesarias en este rubro**. Otra mujer emprendedora indicó que le gustaría tener más control en la **producción** pues se trata de un área clave para **el incremento de sus ventas/ganancias y, en general, para la rentabilidad de su negocio**. Las **finanzas y el trato con los clientes** también son áreas importantes donde a otras entrevistadas les gustaría tener mayor control, respectivamente.

Por otro lado, en la **gestión de los negocios** es donde a algunas emprendedoras **les gustaría tener menos control**. Específicamente, una de las entrevistadas mencionó que no se da abasto para ver temas administrativos de su negocio (p.ej. elaboración de contratos), por lo que le gustaría contar con un asistente administrativo que asuma dicha responsabilidad. Otra mujer emprendedora entrevistada resaltó sentirse agotada por la alta demanda de trabajo que tiene en su negocio. Debido a ello, le gustaría tener personal a quien delegarle ciertas funciones/responsabilidades.

“Más que tener el control, es ordenarme en el tema financiero. En mi caso, mi negocio tiene tres años, pero yo llevo 1,5 años. El tema financiero, yo estoy bien en ese tengo que tomar decisiones para seguir creciendo. Y ahí entra tallar decisiones que tienen que ver con préstamos, tienen que ver con sacar bien mis costos” (Mujer Emprendedora 13).

“Bueno, me gustaría tener más control. Siempre va a ser la vinculación con el cliente, porque de nuestros clientes es que nosotros vivimos, generamos para nuestras familias. Entonces, eso siempre va a estar primero, ¿no? Y estar al pendiente de las necesidades del cliente para que nuestro producto se práctico para él. Eso es básico. De eso siempre voy a estar pendiente, siempre haciendo un sondeo, haciendo que entre, ¿no?” (Mujer Emprendedora 14).

Las mujeres emprendedoras toman decisiones sobre sus negocios relacionadas, principalmente, con **la gestión, el acceso a préstamos/créditos, la producción, la contratación/supervisión de los trabajadores, el trabajo con proveedores, las estrategias comerciales y/o el marketing, entre otros**. La temporada o la etapa de sus negocios más que influenciar en su toma de decisiones

empresariales, repercute en la demanda de trabajo que tienen. En fechas festivas, por ejemplo, las mujeres emprendedoras esperan tener mayores ventas, por lo que el tiempo que dedican a sus negocios se incrementa notablemente.

“Ah, bueno. La decisión que yo tomo en la empresa es básicamente con el personal, ¿no? Que tiene que cumplir todo lo que se requiere, ¿no? Cumplir con los, con las, reglas por decir que implica cumplir todo lo que es el caso. La otra decisión que tengo es con mis clientes darle lo mejor de mi producto desde la presentación, yo soy a veces muy quisquillosa con la parte de producción, cuando algo sale mal, soy muy firme, le digo está mal, cámbialo. Y a veces yo sé que a veces les incomoda a ellos, pero digo yo no puedo ir a dejar los productos con un etiquetado que hay error, les digo, tienen que tener más cuidado y por favor cámbialo. También con la selección de personal, también está a mi cargo el personal” (Mujer Emprendedora 15).

“Bueno, las decisiones que yo tomo mayormente se basan más en los envíos que se hacen a provincia. Y mayormente yo soy la que realizo los envíos. Entonces, yo decido, ya, este pedido sale para aquel tiene que estar listo ese pedido y a tal hora yo vengo, yo lo llevo, yo soy la que hago todo el envío y si hay algún problema, porque ha habido problemas cuando se han hecho envíos, el trato del cliente en provincia es conmigo, porque yo soy la persona que hago el envío, yo tengo ese trato, siempre y cuando pues sucede algo con las claves, yo sé yo. En esa parte pues yo tomo la decisión en la empresa, ¿no? Y de ahí, como dice también, ver que, sobre todo, que las cosas, que toda la mercadería que va a salir salga todo bien y salga completo. Porque a veces, ¿qué? Puede faltar un, nos puede faltar una tabla, nos puede faltar algo, cuando se hacen los envíos a proveedores, es más peligroso” (Mujer Emprendedora 16).

De igual modo, a partir de las entrevistas tanto individuales como grupales, también se identificó que varios negocios **son familiares**. En estos casos, **las decisiones sobre el negocio son tomadas de manera conjunta entre las emprendedoras y sus familiares** (p.ej. esposos, hijos, etc.). En algunos casos, **las mujeres emprendedoras tienen socios, por lo que las decisiones sobre distintos aspectos de sus negocios también son compartidas**. En contraste, en aquellos casos donde las mujeres emprendedoras toman las decisiones de manera independiente, a diferencia de los resultados cuantitativos que sugieren que no quieren otras opiniones, en la muestra cualitativa se identificó que muchas veces **buscan consejos o consultan a sus familiares y/o amigos** con experiencia en algún área de su negocio (p.ej. en la gestión contable/administrativa) para tomar mejores decisiones.

Más allá del nivel de control sobre las decisiones de sus negocios o si toman decisiones de forma independiente o no, las mujeres emprendedoras enfrentan ciertos desafíos que afectan o influyen en su toma de decisiones asociados, principalmente, con **la falta de capital suficiente para continuar invirtiendo en el negocio, la falta de personal o de personal de confianza a quien delegar funciones/responsabilidades, las responsabilidades familiares y/o el agotamiento por la alta demanda de trabajo**.

“No lo he visto por ese lado ok...ok. no tener personal no tener personal. Con confianza que tú lo puedes dejar del negocio libre no. Tengo ese miedo ese temor como ya me pasó a experiencias. Por eso que yo me dedico y ya no confío pues. O también estaba pensando que mi hijo ya va a crecer. Aunque mi hijo me dijo mamá no te confíes en mí. Quiero hacer otras cosas me, pero yo más adelante como tengo dos niñas quisiera que

ellas también este me apoye y ya por los hijos yo creo que son distintos no hay más confianza y más podemos abrirnos y ya puede ser una empresa más grande no” (Mujer Emprendedora 8).

“Sí, una de las causas de mi desbalance económico es eso porque tengo que ayudar a mi familia en Venezuela. Porque no tengo una estabilidad hoy en día por una situación familiar que tuve en Venezuela y tuve que salir adelante...las finanzas exacto o sea lo que pasa es que me metí como quien dice en una cortina. Te cuento. Lo que pasa es como te lo conté. Yo estaba muy bien, todo estaba muy bien inclusive. Yo inicié mi negocio con una sociedad y lamentablemente en un año la sociedad no se pudo realizar porque la chica no quiso seguir con el negocio y yo tuve que pagar. Pagué, celebré, todo chévere, pero se me vino una situación familiar fuerte y ahí es donde hubo mi descontrol económico. Te estoy haciendo sincera en todo, en todo, en todo lo que estamos hablando. Entonces ahí es a donde, donde se viene mi descontrol económico. O sea, porque tuve que sacar dinero de donde no lo tenía y ahí es donde me viene el descontrol económico, porque tuve que luchar por la situación Y bueno, y ahí me meto en una bola de nieve a donde no he podido salir. Pago y me meto, pago y me meto, pago y me salgo, pago y vuelvo otra vez. ¿Me entiendes? Ahí es donde viene mi debilidad como empresaria. Y una de las cosas que no he cerrado y que no he querido bajar es porque yo sé que puedo” (Mujer Emprendedora 17).

A nivel empresarial, aunque las emprendedoras expresan gran confianza en sus decisiones, algunas reconocen la **necesidad de mejorar/fortalecer sus capacidades en aspectos técnicos relacionados con el marketing digital, el manejo de las finanzas, el uso de plataformas contables y/o de herramientas de visualización de datos para negocios** (p.ej. Power Bi), así como sus **habilidades blandas tales como el liderazgo y/o la comunicación asertiva**. A ello se suma, su deseo de poder delegar ciertas responsabilidades administrativas. En suma, el análisis cualitativo complementa los hallazgos cuantitativos al resaltar cómo las emprendedoras perciben y manejan el control en sus negocios. Mientras que el análisis cuantitativo muestra un alto porcentaje de mujeres que confían en su capacidad para tomar decisiones empresariales, el cualitativo proporciona contexto y ejemplos concretos sobre cómo estas mujeres enfrentan desafíos para mantener ese control en un entorno incierto y con recursos limitados.

Tabla 13: Control y Confianza según estratos

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
	N=879	N=64	N=84	N=137	N=102	N=146	N=146	N=99	N=101
Indicador Inmediato									
Nivel de control de las decisiones del negocio(%)									
Solo ella da opinión y no quiere otras opiniones	33.7% (296)	35.9% (23)	52.4% (44)	52.6% (72)	39.2% (40)	26.0% (38)	17.8% (26)	38.4% (38)	14.9% (15)
Solo ella da opinión y quiere otras opiniones	25.6% (225)	18.8% (12)	9.5% (8)	21.2% (29)	27.5% (28)	20.5% (30)	33.6% (49)	29.3% (29)	39.6% (40)
Ella da la opinión junto a otras personas y no quiere otras opiniones	17.7% (156)	37.5% (24)	14.3% (12)	9.5% (13)	16.7% (17)	31.5% (46)	17.1% (25)	12.1% (12)	6.9% (7)
Ella da la opinión junto a otras personas y quiere otras opiniones	17.7% (156)	7.8% (5)	21.4% (18)	11.7% (16)	10.8% (11)	4.8% (7)	30.8% (45)	15.2% (15)	38.6% (39)
No toma decisiones	5.2% (46)	0.0% (0)	2.4% (2)	5.1% (7)	5.9% (6)	17.1% (25)	0.7% (1)	5.1% (5)	0.0% (0)
Tengo una red aparte de mis familiares y amigos en la que puedo confiar para tomar decisiones (%)	58.8% (517)	10.9% (7)	27.4% (23)	80.3% (110)	57.8% (59)	82.2% (120)	61.0% (89)	56.6% (56)	52.5% (53)
Cantidad de clientes únicos en un mes	128.5 (256.7)	176.4 (351.0)	251.4 (357.3)	96.4 (246.4)	164.8 (283.3)	135.3 (269.4)	60.3 (134.4)	122.4 (192.8)	103.8 (212.5)
Tiene recursos financieros para operar y hacer crecer el negocio(%)	73.7% (648)	46.9% (30)	82.1% (69)	72.3% (99)	80.4% (82)	93.2% (136)	63.0% (92)	84.8% (84)	55.4% (56)
Indicador Intermedio									
Confío en mi capacidad para tomar decisiones sobre mi negocio por mi cuenta (%)	98.2% (863)	100.0% (64)	98.8% (83)	99.3% (136)	97.1% (99)	99.3% (145)	97.3% (142)	99.0% (98)	95.0% (96)
Puedo identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero cuando lo necesito (%)	79.2% (696)	46.9% (30)	82.1% (69)	83.2% (114)	91.2% (93)	81.5% (119)	73.3% (107)	82.8% (82)	81.2% (82)

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
Confío en mi capacidad para aumentar mi base de clientes/consumidores(%)	97.5% (857)	98.4% (63)	96.4% (81)	98.5% (135)	98.0% (100)	100.0% (146)	95.9% (140)	96.0% (95)	96.0% (97)
Tengo las habilidades que necesito para operar y hacer crecer mi negocio (%)	97.4% (856)	90.6% (58)	97.6% (82)	99.3% (136)	100.0% (102)	99.3% (145)	97.3% (142)	96.0% (95)	95.0% (96)
Me siento preparada para cualquier evento no planificado que pueda afectar (%)	86.7% (762)	71.9% (46)	89.3% (75)	93.4% (128)	90.2% (92)	93.2% (136)	84.2% (123)	79.8% (79)	82.2% (83)
Confío en mi capacidad para seleccionar proveedores que generen el mejor precio para mi negocio (%)	97.4% (856)	93.8% (60)	97.6% (82)	99.3% (136)	98.0% (100)	99.3% (145)	96.6% (141)	94.9% (94)	97.0% (98)
Tengo las habilidades para usar la tecnología digital para operar y hacer crecer mi negocio (%)	65.1% (572)	48.4% (31)	70.2% (59)	81.0% (111)	78.4% (80)	58.2% (85)	65.1% (95)	57.6% (57)	53.5% (54)
Índice de confianza estandarizado	0.89 (0.15)	0.79 (0.16)	0.90 (0.13)	0.93 (0.12)	0.93 (0.12)	0.90 (0.11)	0.87 (0.17)	0.87 (0.16)	0.86 (0.17)
Accede a recursos financieros(%)	96.5% (848)	87.5% (56)	89.3% (75)	99.3% (136)	98.0% (100)	99.3% (145)	96.6% (141)	98.0% (97)	97.0% (98)
<i>Variables continuas : Cantidad de clientes únicos, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>									

4.5 Calidad de Vida

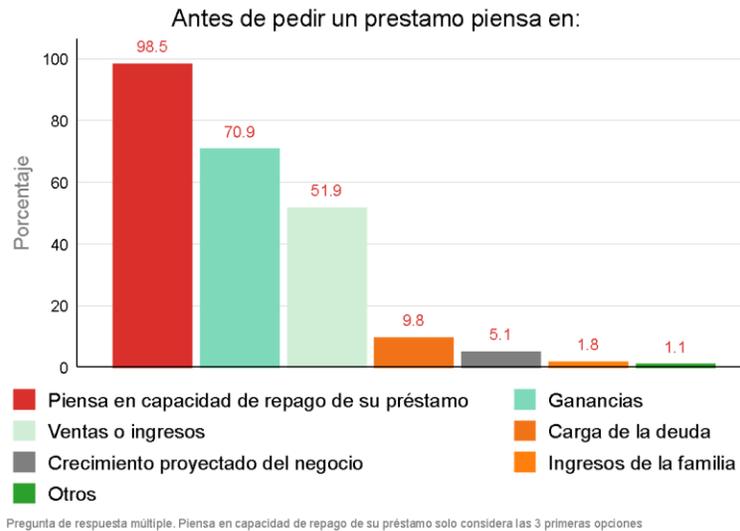
La Tabla 13 muestra las características de los negocios que manejan las emprendedoras de acuerdo con el tipo de muestra IGNITE-STRIVE mientras que la Tabla 14 muestra lo mismo desagregado por cada uno de los 8 estratos.

Tabla 14: Calidad de Vida según tipo de muestra IGNITE-STRIVE

	Total	Strive	Ignite
	N=879	N=446	N=433
Indicador Inmediato			
Piensa en capacidad de repago de su préstamo (%)	98.5% (866)	98.4% (439)	98.6% (427)
Accede a recursos financieros (%)	96.5% (848)	97.3% (434)	95.6% (414)
Indicador Intermedio			
Repago de deuda en función de carga de deuda, ingresos o ganancias (%)	96.4% (847)	97.1% (433)	95.6% (414)
Satisfecha con su préstamo (%)	79.6% (700)	83.6% (373)	75.5% (327)
Satisfecha con asuntos domésticos (%)	95.3% (838)	97.3% (434)	93.3% (404)
Satisfecha con asuntos financieros (%)	91.1% (801)	92.8% (414)	89.4% (387)
Satisfecha con asuntos del negocio (%)	96.5% (848)	97.3% (434)	95.6% (414)
Tranquilidad completar asuntos domésticos (%)	41.5% (365)	46.6% (208)	36.3% (157)
Tranquilidad asuntos financieros (%)	27.8% (244)	32.7% (146)	22.6% (98)
Tranquilidad negocios (%)	20.3% (178)	23.8% (106)	16.6% (72)
<i>Se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>			

En cuanto a la capacidad de repago de préstamos, **el 98.5% de las participantes reportan que consideran su capacidad de repago antes de adquirir un préstamo**, un indicador alto que refleja un enfoque responsable hacia el endeudamiento. No existen diferencias importantes entre los grupos Strive (98.4%) e Ignite (98.6%). La Figura 19 evidencia en detalle los factores principales que las emprendedoras consideran para el repago de los préstamos antes de solicitarlos. El principal factor son las ganancias (70.9%), seguido de las ventas e ingresos (51.9%). Otros factores de menor relevancia son la carga de la deuda (9.8%) y el crecimiento proyectado del negocio (5.1%). Estos resultados reflejan una priorización de criterios empresariales y financieros sobre los personales al momento de tomar decisiones crediticias.

Figura 19: Distribución elementos en lo que piensa la encuestada antes de pedir un préstamo

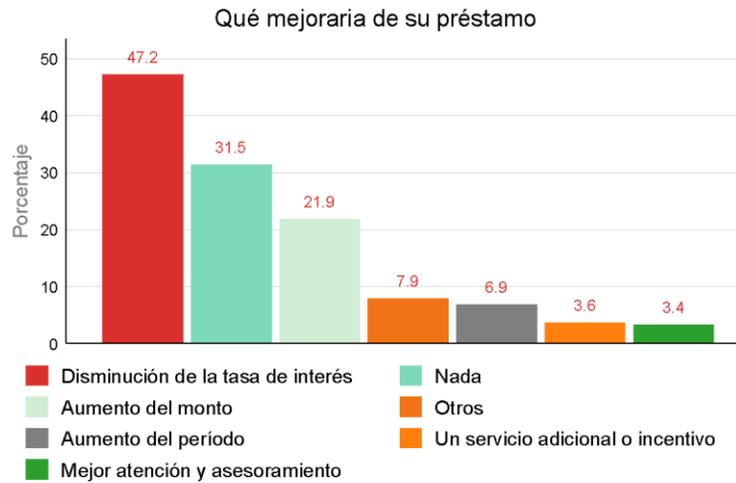


Respecto al repago de deuda en función de la carga de deuda, ingresos o ganancias, el 96.4% de las participantes mencionan que evalúan su capacidad de repago considerando estos factores, con una ligera diferencia entre Strive (97.1%) e Ignite (95.6%).

En cuanto a la satisfacción con su préstamo, el 79.6% de las participantes están satisfechas, con el grupo Strive mostrando una mayor satisfacción (83.6%) en comparación con Ignite (75.5%). Norte - Strive destaca con un alto nivel de satisfacción (92.5%), mientras que Lima y Callao - Ignite muestra un porcentaje más bajo (66.7%).

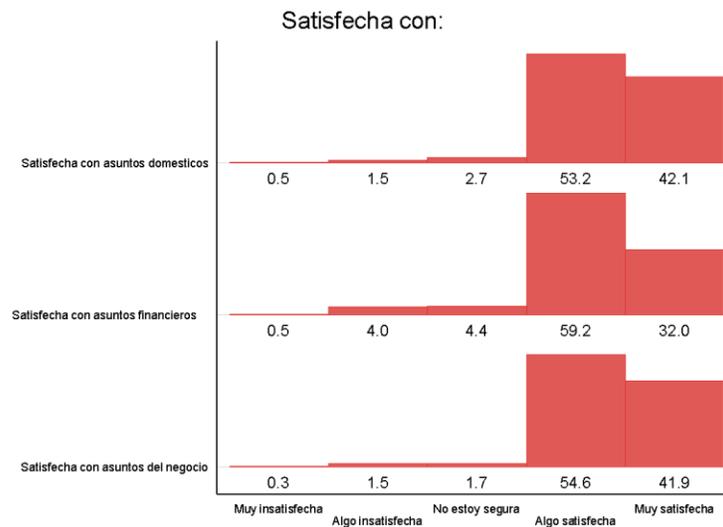
La Figura 20, muestra los elementos que las emprendedoras consideran prioritarios para mejorar las condiciones de sus préstamos. La disminución de la tasa de interés es la principal mejora deseada, seleccionada por el 47.2% de las encuestadas. Un aumento del monto (21.9%), un aumento del periodo (6.9%), un servicio adicional (3.6%) y una mejor atención (3.4%) son otros factores mencionados. Es importante destacar que un 31.5% menciona que no mejoraría nada y un 7.9% indicó otros factores como disminución del periodo (1.6%), cambio de local (1.4%), mejorar flexibilidad (1.3%), entre otros. Estos hallazgos reflejan que, aunque la mayoría de las emprendedoras priorizan la reducción de costos asociados al financiamiento, existe una diversidad de necesidades específicas que apuntan a la importancia de diseñar soluciones flexibles y personalizadas para satisfacer a distintos segmentos.

Figura 20: Distribución elementos que mejoraría del préstamo



Pregunta de alternativas múltiples solo para las 798 emprendedoras que han pedido un préstamo en los últimos 12 meses
 Otros: Disminución del período (1.6%), Cambio de local (1.4%), Mejorar flexibilidad (1.3%), Disminución del monto del préstamo (1.1%), Mejorar inclusión y trato equitativo (0.5%) y otros general (2%)

Figura 21: Distribución nivel de satisfacción



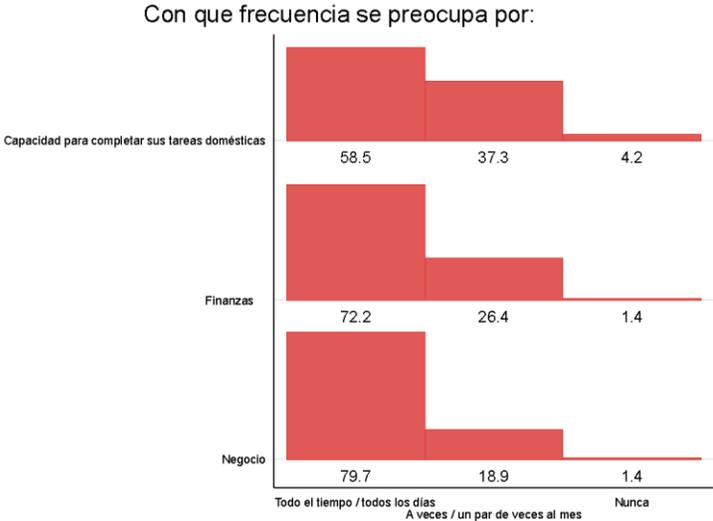
La satisfacción con los asuntos domésticos es alta, alcanzando el 95.3% de las participantes en general. Esta satisfacción es particularmente alta en Strive (97.3%) frente a Ignite (93.3%).

En términos de satisfacción con asuntos financieros, el 91.1% de las participantes se muestra satisfecha, con una mayor proporción en Strive (92.8%) frente a Ignite (89.4%). El estrato Norte - Strive presenta un nivel de satisfacción financiero elevado (97.3%), mientras que el Sur - Ignite es notablemente más bajo (77.2%).

La satisfacción con los asuntos del negocio también es alta, alcanzando el 96.5% en general, con una ligera ventaja en Strive (97.3%) frente a Ignite (95.6%).

La figura 21 muestra en detalle los niveles de satisfacción de las emprendedoras con estos tres aspectos clave de su vida (asuntos domésticos, financieros y relacionados con el negocio). En general, las participantes reportan altos niveles de satisfacción, con más del 95% expresando estar “algo satisfechas” o “muy satisfechas” en cada categoría. La mayor satisfacción se observa en los asuntos domésticos, donde el 42.1% indicó estar “muy satisfecha”. Por otro lado, en los asuntos financieros, aunque el 91.2% manifiesta satisfacción, esta área registra un 4.5% que no está segura o está insatisfecha, lo que sugiere ciertas preocupaciones. Finalmente, los asuntos del negocio presentan una combinación sólida de satisfacción, con el 41.9% reportando estar “muy satisfecha”.

Figura 22: Distribución nivel de preocupación

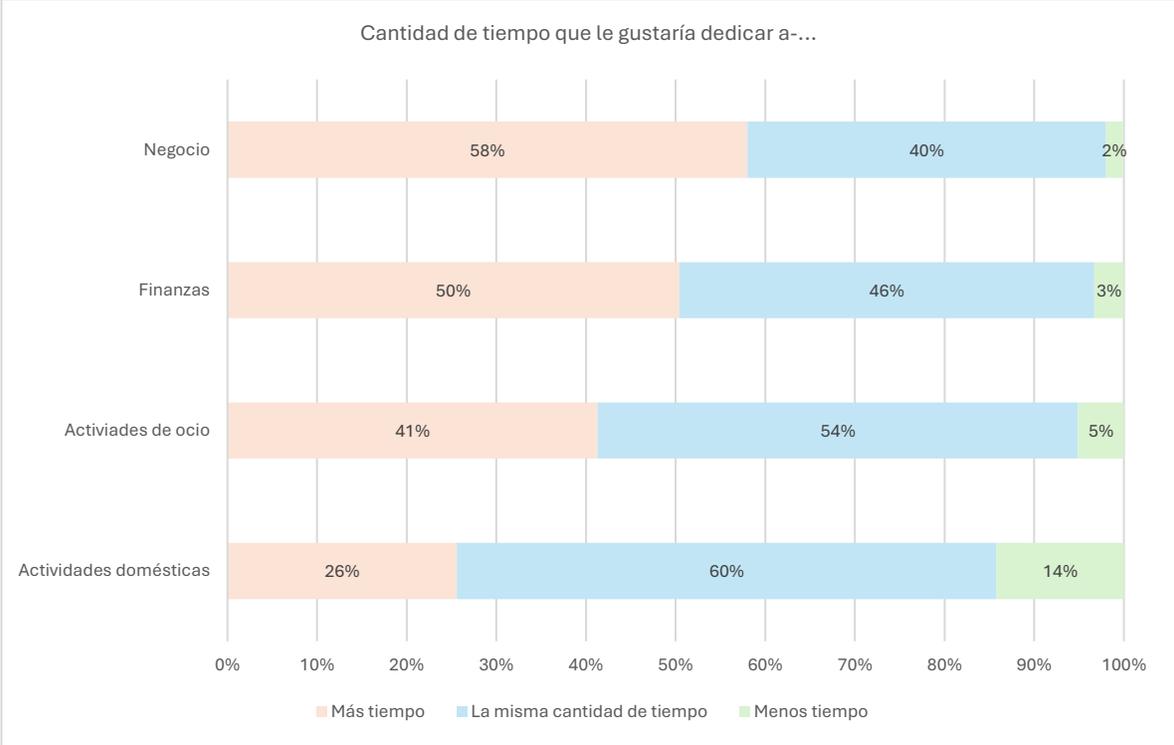


Pese a los niveles de satisfacción altos, los niveles de tranquilidad en completar asuntos domésticos son menores, con un 41.5% en total. El grupo Strive muestra mayor tranquilidad (46.6%) comparado con Ignite (36.3%), y el estrato Norte - Strive destaca con el nivel más alto de tranquilidad en este aspecto (55.5%). **En cuanto a la tranquilidad en los asuntos financieros, solo el 27.8% de las participantes se sienten tranquilas,** con una mayor proporción en Strive (32.7%) en comparación con Ignite (22.6%). En este caso, el estrato Norte - Strive también muestra un nivel alto de tranquilidad financiera (39.7%). **Finalmente, la tranquilidad respecto al negocio es baja, con un 20.3% en general,** siendo mayor en Strive (23.8%) frente a Ignite (16.6%). El estrato Norte - Strive presenta uno de los porcentajes más altos (26.7%), mientras que Lima y Callao - Ignite es uno de los más bajos (11.8%).

La figura 22 ilustra con detalle la frecuencia con la que las emprendedoras se preocupan por distintos aspectos de su vida diaria: tareas domésticas, finanzas y su negocio. Los resultados muestran que las preocupaciones relacionadas con el negocio son las más persistentes, ya que el 79.7% de las participantes indicó preocuparse por ello “todo el tiempo” o “todos los días”. En cuanto a las finanzas, el 72.2% de las emprendedoras experimenta preocupaciones constantes, reflejando la carga emocional asociada con la estabilidad económica. Por último, la capacidad para completar las tareas domésticas preocupa al 58.5% de manera constante, lo que sugiere nuevamente un desafío para equilibrar las responsabilidades personales y profesionales. Estos hallazgos subrayan la

importancia de intervenciones que reduzcan estas fuentes de estrés y promuevan un equilibrio entre la vida laboral y personal.

Figura 23: Distribución cantidad de tiempo que le gustaría dedicar por actividades



La figura 23 muestra la distribución de tiempo que las emprendedoras desearían dedicar a diferentes actividades: negocio, finanzas, ocio y tareas domésticas. La mayoría de las participantes expresó que les gustaría dedicar **más tiempo a su negocio (58%)** y a la gestión de sus finanzas (50%), reflejando una clara prioridad por fortalecer sus actividades económicas. Por otro lado, un porcentaje significativo (54%) indicó que preferiría mantener la misma cantidad de tiempo dedicado al ocio, lo que sugiere un deseo de equilibrio entre responsabilidades y actividades recreativas.

En cuanto a las tareas domésticas, la mayoría de las mujeres quiere dedicarles menos tiempo a las tareas domésticas, solo el 26% desea invertir más tiempo en estas actividades, mientras que un 14% preferiría dedicar menos tiempo, mostrando una intención de redistribuir el tiempo hacia áreas más productivas o personales. Estos resultados subrayan la importancia de facilitar recursos y estrategias que permitan a las emprendedoras optimizar su tiempo.

El análisis cualitativo revela que las emprendedoras **perciben la calidad de vida en función de su capacidad para equilibrar las responsabilidades empresariales y personales/familiares**, el bienestar financiero y la tranquilidad emocional. Muchas mencionan que su calidad de vida está estrechamente ligada a la **estabilidad económica**, la cual les permite cubrir necesidades básicas, educar a sus hijos y, en algunos casos, disfrutar de tiempo para ellas mismas. Este enfoque hacia la tranquilidad y seguridad económica coincide con los resultados cuantitativos, que muestran que el 98.5% de las emprendedoras evalúan su capacidad de pago antes de adquirir deudas y el 96.4% considera sus ingresos y gastos para el repago de préstamos, lo cual refleja una actitud prudente hacia el endeudamiento.

“Uy, sí. A ver, antes yo priorizaba mucho el tema como de generar más dinero, ¿me entiendes? Con el tiempo que ya he ido madurando y creo ya la edad que tengo, siento que calidad de vida es priorizar tu tranquilidad. De hecho, tener un negocio es bastante complicado porque hay mucha ansiedad, las ventas fluctúan mucho, hay escenarios en los que puede estar todo bien y de la nada baja. Entonces, es como muy impredecible. A pesar de que uno trata de hacer estrategias o proyecciones, es muy impredecible. Entonces, siento que calidad de vida es tranquilidad o sea levantarte y saber de que las cosas van bien o que si no va o que si va mal ok lo vas a saber gestionar y manejar tranquilidad y sobre todo equilibrio entre tu vida personal en dedicarte también a ti por eso no dejo de hacer deporte ni hacer estas cosas que realmente me hacen feliz como ir al baile en el gimnasio o ir a mi funcional porque son negociables para mí o sea siento que me ayudan un montón a liberar la carga que tengo” (Mujer Emprendedora 2).

“La calidad de vida es amplia, ¿verdad? No solamente es lo económico. Es estar tranquilo uno, exactamente, puede ser económico, mentalmente, psicológicamente. Y bueno, como ahora lo asocian con lo económico, ¿no?” (Mujer Emprendedora 10).

“Bueno, lo tomo, ¿no? Está tranquila, porque normalmente puedo, como dices, puedo pagar, solventar los servicios, pagar el estudio también, es mi profesión. Y nada, es otra, así, aprenden algo tranquilo porque podemos comprarnos algo para nosotros mismos, para nuestros hijos, más que todo el mínimo...que da tranquilidad. Entonces, de alguna u otra manera, siempre es uno cuando uno tiene un ingreso extra, un gustito. A Veces dices uy no...no tengo, yo cobro fin de mes y te cohibes. Siempre es un no cuando no tienes un ingreso extra, cuando solamente estás pendiente del trabajo” (Mujer Emprendedora 20).

Además de la estabilidad financiera, la **satisfacción personal** y doméstica emerge como un componente esencial de su calidad de vida. Las emprendedoras expresan satisfacción en su rol dual **de madres/cuidadoras y empresarias**, aunque también resaltan **el agotamiento y las tensiones derivadas de cumplir ambos roles**. Sobre este último punto, cabe señalar que, el cuidado de los hijos o de los padres enfermos representan una fuente de mucha preocupación y estrés para las emprendedoras. Incluso las mujeres emprendedoras que no tienen carga familiar sugirieron sentirse agotadas por la alta demanda de trabajo que tienen en sus negocios. Estas áreas de sus vidas personales afectan tanto su calidad de vida como su negocio.

“Sí, la verdad que sí, porque en realidad a ver uno cuando es empresaria tienes esta carga de ser líder, de llevar a tu empresa siempre con la mejor actitud. O sea, yo tengo trabajadores que a veces siento que se levantaron con el pie izquierdo y están con una cara que yo les digo, oye, ¿qué te pasó? Pero claro, yo también a veces me levanto así, a veces me levanto cargada, a veces no quisiera ver más cuentas, no tener esa responsabilidad, pero nosotras vamos y ponemos buena cara. Entonces, ese hecho de trabajar, de no sentirte bien y tratar de fingir que estás bien porque tienes una responsabilidad, es una carga fuerte” (Mujer Emprendedora 2).

“He tenido muchas, a veces demasiadas dificultades, ya no en el entorno familiar de mi casa, sino en mi familia, mi madre, mis padres, son personas que la mayoría son enfermas. Perdí a mi padre, en el último año de la pandemia, tengo una abuela que tenía 95 años, la abuelita está enferma y vive al costado de mi casa, mi madre hace dos años fue detectada de cáncer, y todo eso me generaba ansiedad. Y me duele mucho ese dolor” (Mujer Emprendedora 15).

“El estrés. Yo tengo el estrés porque yo acompaño a mi hija a dejarla al metropolitano, porque me da miedo que, o sea, no tanto por lo que le vayan a robar, sino que le dan un mal golpe, y pues eso. Y aparte vivo, también con mi padre, que es una persona mayor, adulto, que a veces se me enferma y estoy corriendo. El negocio, que a veces tengo que cerrarlo, porque a veces no hay quien lo vea, y tengo que ir corriendo. Entonces, a veces es por eso, es parte mía” (Mujer Emprendedora 22).

Frente al estrés y el agotamiento, las participantes implementan algunas **estrategias para equilibrar sus vidas, como delegar tareas cuando es posible, contar con el apoyo familiar** para manejar las responsabilidades del hogar, **establecer horarios específicos** para diferentes actividades del hogar y negocio y/o **crear rutinas que permiten mejorar el balance trabajo-familia**, algo que mejora su calidad de vida y permite que dediquen tiempo tanto a su negocio como a su familia. A ello se suma, algunas **prácticas de autocuidado** como la importancia de mantener actividades físicas o recreativas, la búsqueda de espacios de desconexión/descanso y/o de soporte profesional (psicólogos).

“Y de lo personal, tengo más tiempo de estar con mis hijos. Poder ir al colegio. Y es muy bonito emprender y trabajar desde casa o desde tu negocio. Y tener también más tiempo con tu familia. Muchas veces, bueno, por lo menos yo no. No tengo pedidos los domingos, porque quiero estar con mi familia. Esa es mi vida. No, siempre hay que darle prioridad también a la familia, porque no todo son negocios y tampoco vamos a dejar de lado nuestra familia. Por lo menos yo trabajo así, haciendo un equilibrio entre el negocio y mi familia” (Mujer Emprendedora 20).

“En mi caso, yo buscaba un negocio con el cual no descuide a mi hija. Ese siempre fue mi prioridad. Porque a veces cuando trabajamos para una empresa, prácticamente es como decir esclavistas. Estás ahí en un horario y no sabes cuándo. Entonces yo buscaba un negocio en el que podía estar junto a mi pequeña. Y eso lo he logrado gracias a mi emprendimiento” (Mujer Emprendedora 21).

Sin embargo, **persisten desafíos en torno a la “tranquilidad”, especialmente en temas financieros y en la gestión del negocio.** Las participantes reportan que la falta de estabilidad financiera tanto en su vida personal como en sus negocios también es una fuente importante de estrés, así como un área que no solo afecta su calidad de vida sino también sus negocios. Este hallazgo cualitativo complementa los datos cuantitativos, donde se observa que solo el 20.3% de las participantes se sienten tranquilas con respecto a su negocio, y apenas el 27.8% con sus asuntos financieros.

El estrés y agotamiento también tienen repercusiones directas en la gestión empresarial de las emprendedoras pues algunas de ellas presentan dificultades para cumplir plazos de entrega, expandir sus negocios y/o tienen una menor capacidad para aprovechar oportunidades de crecimiento. De igual modo, la **inestabilidad política** y, sobre todo, la **inseguridad ciudadana** si bien son factores externos son aspectos que también preocupan mucho a las emprendedoras. Según las entrevistadas, la incertidumbre generada por el contexto político del país y el temor a ser víctimas de extorsión afectan sus negocios.

Sí, muchísimo. Por ejemplo, si no tengo un dinero estable. Tengo que estar todo el tiempo buscando la manera, guerreando todo, ya sé cómo voy a subsistir, cómo voy a resolver este gasto. A ver si no te durará algo estable, pero un poquito más fácil, ¿no?” (Mujer Emprendedora 23).

“En mi caso, por ejemplo, yo tengo los puntos de venta en el centro de Lima y a mí me afecta mucho lo que es el contexto del país y la inseguridad ciudadana, ¿no? Porque todos los días salimos al trabajo y estamos propensos a un robo, un asalto, a cualquier tipo de inseguridad. El contexto del país podría, a mí me afecta muchísimo en lo político” (Mujer Emprendedora 24).

Las redes de soporte familiar son muy importantes para las emprendedoras tanto en sus vidas personales como en sus negocios, sobre todo en situaciones de estrés y cuando tienen una alta demanda de trabajo. Las emprendedoras valoran enormemente que sus familias estén muy presentes en sus vidas y las ayuden a superar ciertos desafíos en sus negocios (p.ej. en situaciones de crisis financiera) y a alcanzar sus objetivos empresariales, así como que las alienten a continuar emprendiendo cuando enfrentan situaciones difíciles en sus negocios. También resaltan que sus familias las ayudan a sentirse más seguras de sí mismas y de las decisiones que toman respecto a sus negocios. En algunos casos, el hecho de que los familiares también sean emprendedores es algo muy positivo para las emprendedoras porque les brindan consejos o las orientan así los rubros de sus negocios sean distintos.

“Sí, de hecho que sí, de hecho las veces anteriores que he querido como tirar la toalla con Quisal, el hecho de ver a mi mamá o a mi papá me ha dado fuerzas y también mi esposo, pero el hecho de poder con mi dinero, con lo que yo tengo, poder ayudarlos, me ha dado siempre fuerzas de seguir adelante. Sí, siempre. O sea, Julio, antes yo, antes de estar con mi esposo, convivir con mi esposo, yo siempre he estado como que, o sea, si tenía un tema, siempre tengo una psicóloga de cabecera que siempre ha ido y me ha dado herramientas. Pero la que tengo, Julio, como que ya dejé de verla porque yo le cuento a mi esposo y le digo, oye, ¿tú qué piensas? ¿Qué opinas? Y a veces le digo, o sea, tú como pareja, como esposa, ¿qué crees que es lo mejor para mí? O sea, tú desde tu perspectiva de esposo, de querer cuidarme y de verme bien. Y de igual manera con mi papá y mi mamá también hablo un montón, o sea nuestra relación es muy cercana, de hecho, ellos son todo para mí” (Mujer Emprendedora 2).

Sí, porque cuando quiero hacer consultas al menos como te digo vengo de familia de negociantes...todos tienen un negocio o algo entonces a ellos a pesar de que sea diferentes negocios no puede ser negocios de alimentos de comida de x cosas sé que ellos tienen más experiencia en la parte del negocio y cómo llevar un negocio no financieramente tal vez no una forma de una forma este más teórica o una forma educativa pero por su misma experiencia te pueden ayudar mira pues y si les dices cómo es la realidad no el problema dificultad que tengas ellos te pueden guiar (...)” (Mujer Emprendedora 9).

La **relación con los clientes** también es de suma importancia para las emprendedoras pues perciben que el crecimiento o el éxito de sus negocios depende de la satisfacción y fidelización de sus clientes, por lo que les gustaría fortalecer aún más esta relación. **El conocer a otras mujeres emprendedoras o formar parte de una red u asociación empresarial** también es valioso para las emprendedoras porque les permite aprender de la experiencia de otros negocios y fortalecer sus conocimientos y redes de

contacto. Algunas emprendedoras mostraron interés en construir, precisamente, una relación con otras mujeres empresarias.

Tabla 15: Calidad de vida según estrato

	Total	Centro - Strive	Centro - Ignite	Lima y Callao - Strive	Lima y Callao - Ignite	Norte - Strive	Norte - Ignite	Sur - Strive	Sur - Ignite
	N=879	N=64	N=84	N=137	N=102	N=146	N=146	N=99	N=101
Indicador Inmediato									
Piensa en capacidad de repago de su préstamo (%)	98.5% (866)	100.0% (64)	98.8% (83)	98.5% (135)	95.1% (97)	97.9% (143)	100.0% (146)	98.0% (97)	100.0% (101)
Accede a recursos financieros (%)	96.5% (848)	87.5% (56)	89.3% (75)	99.3% (136)	98.0% (100)	99.3% (145)	96.6% (141)	98.0% (97)	97.0% (98)
Indicador Intermedio									
Repago de deuda en función de carga de deuda, ingresos o ganancias (%)	96.4% (847)	98.4% (63)	98.8% (83)	95.6% (131)	91.2% (93)	97.9% (143)	97.3% (142)	97.0% (96)	95.0% (96)
Satisfecha con su préstamo (%)	79.6% (700)	71.9% (46)	76.2% (64)	79.6% (109)	66.7% (68)	92.5% (135)	81.5% (119)	83.8% (83)	75.2% (76)
Satisfecha con asuntos domésticos (%)	95.3% (838)	96.9% (62)	92.9% (78)	96.4% (132)	94.1% (96)	97.9% (143)	98.6% (144)	98.0% (97)	85.1% (86)
Satisfecha con asuntos financieros (%)	91.1% (801)	81.3% (52)	90.5% (76)	92.0% (126)	95.1% (97)	97.3% (142)	93.2% (136)	94.9% (94)	77.2% (78)
Satisfecha con asuntos del negocio (%)	96.5% (848)	95.3% (61)	97.6% (82)	97.8% (134)	97.1% (99)	98.6% (144)	98.6% (144)	96.0% (95)	88.1% (89)
Tranquilidad ante asuntos domésticos (%)	41.5% (365)	59.4% (38)	33.3% (28)	36.5% (50)	34.3% (35)	55.5% (81)	34.9% (51)	39.4% (39)	42.6% (43)
Tranquilidad ante asuntos financieros (%)	27.8% (244)	43.8% (28)	21.4% (18)	19.7% (27)	16.7% (17)	39.7% (58)	24.0% (35)	33.3% (33)	27.7% (28)
Tranquilidad ante negocio (%)	20.3% (178)	23.4% (15)	23.8% (20)	17.5% (24)	11.8% (12)	26.7% (39)	11.0% (16)	28.3% (28)	23.8% (24)
<i>Se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>									

4.6 Análisis multidimensional

En esta sección presentamos un análisis multidimensional basado en cinco regresiones diseñadas para evaluar correlaciones robustas entre diversas variables. Las primeras dos regresiones se centran en medir el éxito del negocio en términos monetarios, mediante el logaritmo de los ingresos, y en términos de satisfacción, utilizando una variable dicotómica que mide la percepción de satisfacción con el negocio. En estos dos casos, se incluyeron tanto variables demográficas como características específicas del negocio. Las otras tres regresiones están orientadas a analizar dimensiones específicas: resiliencia financiera, confianza y control, y calidad de vida. Para estas regresiones, se incluyeron únicamente variables demográficas con el objetivo de reducir posibles problemas de endogeneidad. Los resultados clave de este análisis se describen a continuación, destacando las correlaciones observadas y evitando inferir efectos causales.

La Tabla 16 resume los resultados principales de estas regresiones, incluyendo los coeficientes estimados y sus niveles de significancia estadística.

En la primera regresión, que evalúa los ingresos del negocio a través del logaritmo de las ganancias, encontramos que la educación superior, particularmente la universitaria, está positivamente correlacionada con mayores ingresos. Asimismo, contar con una red de apoyo externa al núcleo familiar o social cercano también muestra una correlación positiva significativa. Desde una perspectiva geográfica, estar ubicado en el centro del país correlaciona positivamente con los ingresos, mientras que estar en el sur presenta una correlación negativa en comparación con Lima. Además, ciertas características del negocio, como vender alimentos como actividad principal y tener cuentas bancarias separadas para el negocio, también se relacionan con mayores ingresos. Finalmente, los años de experiencia tienen un efecto no lineal cóncavo sobre los ingresos, lo que sugiere que los beneficios de la experiencia aumentan hasta un punto antes de estabilizarse o disminuir.

La segunda regresión, que mide la satisfacción empresarial, revela que contar con una red de apoyo externa y el uso de redes sociales para la promoción del negocio están positivamente correlacionados con una mayor satisfacción. En términos geográficos, se observa que los empresarios ubicados en Lima tienden a reportar mayor satisfacción en comparación con aquellos en el centro, norte y sur del país.

En relación con el índice de confianza y control, los resultados muestran que la educación superior y el uso de redes sociales para el negocio están positivamente asociados con mayores niveles de confianza. Sin embargo, tener dependientes en el hogar presenta una correlación negativa con la confianza para manejar el negocio, lo que podría reflejar las tensiones que las responsabilidades familiares generan sobre la confianza fuera del hogar. Adicionalmente, estar ubicado en Lima también se relaciona con mayores niveles de confianza en comparación con otras regiones.

La cuarta regresión, que analiza el tiempo de recuperación tras pérdidas significativas, indica que el cuidado de personas en el hogar se asocia con tiempos de recuperación más cortos, mientras que

estar en el norte y utilizar redes sociales para el negocio correlaciona con tiempos de recuperación más largos.

Por último, la satisfacción con los asuntos domésticos se correlaciona positivamente con tener dependientes en el hogar y estar ubicado en Lima. Además, la tenencia de cuentas bancarias separadas y el uso de recursos en línea para el negocio también muestran una asociación positiva con esta dimensión de la satisfacción.

Este análisis multidimensional proporciona una visión integral sobre cómo las características demográficas y del negocio interactúan con diferentes dimensiones de éxito y bienestar, aunque debe recordarse que estas relaciones no implican causalidad. Los resultados son útiles como base para futuras exploraciones y para entender mejor los factores que inciden en el desempeño y la calidad de vida de las emprendedoras participantes.

Tabla 16: Análisis de correlaciones mediante regresiones

VARIABLES	Log Ganancias	Satisfacción con el negocio	Índice confianza	Recuperación corta ante perdida	Satisfacción ante asuntos domésticos
Nivel Educativo = 2, Secundaria completa	0.138 (0.103)	0.0266 (0.0470)	0.0227 (0.0143)	-0.000468 (0.0435)	0.0522 (0.0475)
Nivel Educativo = 3, Super no universitaria	0.152 (0.106)	0.0381 (0.0500)	0.0313** (0.0155)	0.00175 (0.0461)	0.0463 (0.0505)
Nivel Educativo = 4, Universitaria o mas	0.370*** (0.124)	-0.0371 (0.0540)	0.0320* (0.0177)	-0.0985** (0.0477)	0.0370 (0.0561)
Tiene pareja	0.110 (0.0706)	0.0197 (0.0334)	0.00992 (0.00974)	-0.0470 (0.0304)	-0.00922 (0.0342)
Cuida de alguien en el hogar	-0.0899 (0.0817)	0.00238 (0.0374)	-0.0476*** (0.0122)	0.0839*** (0.0325)	0.0750** (0.0378)
Tengo una red aparte de mis familiares y amigos en la que puedo confiar para toma	0.166** (0.0733)	0.100*** (0.0362)			
Zona a la que pertenece la encuestada = 1, Centro	0.196* (0.107)	-0.147*** (0.0570)	-0.0773*** (0.0158)	-0.0328 (0.0479)	-0.203*** (0.0539)
Zona a la que pertenece la encuestada = 3, Norte	-0.0341 (0.0902)	-0.271*** (0.0443)	-0.0353*** (0.0117)	-0.0667* (0.0384)	-0.234*** (0.0443)
Zona a la que pertenece la encuestada = 4, Sur	-0.288*** (0.0977)	-0.187*** (0.0490)	-0.0638*** (0.0144)	-0.0377 (0.0439)	-0.184*** (0.0499)
Rubro Negocio = 2, Venta al por menor	0.0570 (0.0823)	0.0571 (0.0393)			
Rubro Negocio = 3, Comida	0.235*** (0.0847)	0.0429 (0.0395)			
Experiencia en el negocio	0.0282* (0.0147)	-0.00199 (0.00414)			
Experiencia en el negocio al cuadrado	-0.000943** (0.000424)				
Total trabajadores	0.0416*** (0.0134)	0.00137 (0.00545)		0.00178 (0.00460)	

VARIABLES	Log Ganancias	Satisfacción con el negocio	Índice confianza	Recuperación corta ante pérdida	Satisfacción ante asuntos domésticos
Tiene cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar (%)	0.520*** (0.110)	0.0795 (0.0526)	0.0181 (0.0135)	-0.0403 (0.0490)	0.0938* (0.0521)
Usa redes sociales para el negocio	-0.0129 (0.0747)	0.0790** (0.0363)	0.0243** (0.0104)	-0.0732** (0.0346)	0.0240 (0.0381)
Usa videos online/cursos online/foros online para el negocio	-0.103 (0.0898)	0.0277 (0.0481)	0.00905 (0.0116)	-0.0295 (0.0442)	0.0812* (0.0479)
Edad			-0.00195 (0.00221)	0.000188 (0.00120)	-0.00107 (0.00154)
Edad al cuadrado			7.79e-06 (2.48e-05)		
Constante	6.408*** (0.137)		0.968*** (0.0543)		
Observaciones	833	879	879	879	879
R2	0.105		0.108		
Errores estándar robustos entre paréntesis. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1 El logaritmo de ganancias y el índice de confianza se estimaron mediante regresión lineal simple, mientras que la satisfacción con el negocio, la recuperación corta ante pérdidas y la satisfacción con los asuntos domésticos se estimaron mediante modelos logit.					

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

El estudio de línea de base para el proyecto Strive Women de CARE Perú ha revelado datos significativos sobre la situación actual de las micro y pequeñas empresarias peruanas, tanto a través del análisis cuantitativo como de las experiencias y percepciones capturadas en el componente cualitativo. Los indicadores inmediatos e intermedios muestran que un alto porcentaje de participantes ya cuenta con objetivos de negocio bien definidos y estrategias de resiliencia en caso de pérdidas económicas significativas, indicando una base sólida en gestión empresarial y planificación financiera. Sin embargo, el estudio también identificó que solo el 11.4% de las empresarias mantiene cuentas financieras separadas para negocios y gastos personales, lo cual sugiere un área de vulnerabilidad y una oportunidad para mejorar la gestión financiera.

El análisis cualitativo profundizó en sus prácticas de resiliencia, revelando que las emprendedoras que muestran mejores comportamientos implementan por lo menos una de las siguientes estrategias: la separación de las finanzas personales y empresariales, el uso de herramientas digitales para publicitar sus negocios a través de las redes sociales y realizar pagos mediante billeteras digitales, el mantenimiento de registros contables ordenados, la diversificación de productos/servicios en momentos de crisis y/o el desarrollo de redes de apoyo familiar para acceder a préstamos informales. Las entrevistas también revelaron que la experiencia de la crisis sanitaria por Covid-19 generó aprendizajes importantes sobre la necesidad de mantener fondos de emergencia y la importancia de la diversificación de sus servicios o productos, aunque muchas emprendedoras expresaron tener dificultades para implementar estas prácticas debido a limitaciones de capital y liquidez.

Además, aunque la mayoría de las mujeres demostró confianza en su capacidad para gestionar y expandir sus negocios, la adopción de herramientas digitales y recursos en línea es limitada, con solo un 43% accediendo a al menos un recurso digital y un 16% a dos o más. Este hallazgo es crucial, ya que la digitalización puede ser un facilitador clave para acceder a nuevos mercados y mejorar la eficiencia operativa. Los hallazgos cualitativos complementan esta información revelando que la mayoría de las emprendedoras tiene un alto nivel de involucramiento y control en áreas clave de sus negocios como la gestión, las finanzas, la atención al cliente y/o la producción. Muchas emprendedoras, además, son madres solteras que asumen la total responsabilidad de sus negocios y hogares. En aquellos negocios que son familiares, las decisiones suelen ser compartidas, pero las emprendedoras mantienen roles de liderazgo. Las principales barreras para ejercer mayor control en sus negocios incluyen la falta de capital, la falta de personal de confianza y/o la alta carga de responsabilidades familiares. Los hallazgos cualitativos también evidencian la necesidad de fortalecer las capacidades de las emprendedoras en áreas técnicas como marketing digital, gestión financiera y habilidades blandas.

El estudio también destacó una significativa capacidad de recuperación ante adversidades, con más del 90% de las mujeres indicando que podrían recuperarse de pérdidas importantes en tres meses o menos. Este es un indicador positivo de la resiliencia empresarial, aunque también puede reflejar una falta de preparación para situaciones de emergencia más prolongadas o severas. De igual modo, el análisis cualitativo reveló dimensiones adicionales importantes sobre la calidad de vida. Por un lado, las emprendedoras definen su calidad de vida en función de su capacidad para equilibrar responsabilidades empresariales y personales, percibiendo la estabilidad económica como un aspecto fundamental para su bienestar y el de sus familias. Si bien las emprendedoras señalaron estar satisfechas en su rol dual de madres/cuidadoras y empresarias, también reconocieron el agotamiento que esto les genera.

Sobre este último punto, la estrategia cualitativa visibilizó una dimensión crítica relacionada con la salud mental y el bienestar emocional de las emprendedoras. Los principales hallazgos en esta área muestran la existencia de múltiples fuentes de estrés y agotamiento relacionadas con una sobrecarga de roles, presiones financieras y/o desafíos en la salud. La mayoría de las emprendedoras experimenta agotamiento por la necesidad de cumplir diferentes roles simultáneamente. En este contexto, el trabajo nocturno es común para compensar las responsabilidades diurnas de cuidado. La falta de liquidez y capital representan también una fuente constante de preocupación. Sumado a ello, la salud personal o familiar emerge como un factor significativo que afecta la capacidad de gestionar los negocios. Al respecto, algunas emprendedoras reportaron tener que rechazar oportunidades de negocio debido a problemas de salud propios o de familiares. En esta línea, el cuidado de familiares enfermos añade una capa adicional de estrés emocional y financiero. La inseguridad ciudadana y la inestabilidad política son factores externos que afectan significativamente su tranquilidad y capacidad de proyección en sus negocios.

El estrés y agotamiento tienen repercusiones directas en la gestión de sus negocios pues las emprendedoras tienen dificultades para cumplir plazos de entrega y/o una menor capacidad para aprovechar oportunidades de crecimiento. Sin embargo, las emprendedoras desarrollan diversas estrategias para manejar el estrés y mantener su bienestar mental. Entre estas destaca, principalmente, las redes de soporte familiar tanto para el apoyo emocional como para la gestión del negocio, la participación en redes o asociaciones de emprendedoras para el intercambio de experiencias de aprendizaje, la construcción de relaciones de confianza con clientes/proveedores y/o la organización del tiempo, entre otros. Adicionalmente, sobresalen también algunas prácticas de autocuidado. Por ejemplo, algunas emprendedoras mencionaron la importancia de mantener actividades físicas o recreativas, la búsqueda de espacios de desconexión/descanso y/o el apoyo profesional (psicología).

De manera transversal, el análisis cuantitativo-cualitativo sugiere que las emprendedoras enfrentan desafíos complejos que requieren intervenciones en múltiples niveles. A nivel individual, es importante el fortalecimiento de capacidades técnicas y habilidades de gestión empresarial. A nivel familiar, las emprendedoras necesitan apoyo para equilibrar responsabilidades y mejorar la distribución de tareas de cuidado. A nivel empresarial, el acceso a capital y recursos digitales para

la modernización y crecimiento de sus negocios aparecen como aspectos fundamentales; y, a nivel institucional, resulta importante mejorar el acceso al sistema financiero formal de las emprendedoras y fortalecer sus redes de apoyo empresarial. En suma, estos hallazgos evidencian la necesidad de un enfoque holístico en las intervenciones del proyecto, que considere tanto los aspectos técnico-empresariales como las dinámicas familiares y personales que influyen en el éxito o crecimiento de los negocios de las emprendedoras.

Finalmente, el análisis multidimensional profundizó en las correlaciones entre diferentes características de las emprendedoras y el desempeño de sus negocios. Por ejemplo, la educación superior, particularmente universitaria, se asocia positivamente con mayores ingresos y niveles de confianza en la gestión empresarial. Además, contar con redes de apoyo externas y utilizar redes sociales para la promoción del negocio se correlacionan tanto con mayores ingresos como con una mayor satisfacción empresarial. Sin embargo, la ubicación geográfica también juega un rol importante, mostrando diferencias significativas entre regiones: estar en Lima, por ejemplo, está positivamente correlacionado con la confianza y la satisfacción con el negocio, mientras que estar en el sur se asocia con menores ingresos en comparación con Lima. Estos hallazgos destacan la importancia de considerar las características personales, sociales y contextuales de las emprendedoras al diseñar estrategias de intervención.

5.2 Recomendaciones

En el marco del proyecto de CARE Perú, la intermediación para facilitar el acceso a microcréditos y subvenciones es esencial, especialmente para empresarias que buscan innovar o expandir sus negocios pero que enfrentan barreras financieras. Los datos de la línea de base sugieren que mientras algunas empresarias poseen un sólido conocimiento en gestión empresarial, carecen del capital necesario para llevar sus negocios al siguiente nivel. Aquí se detallan algunas consideraciones y estrategias para diseñar préstamos ajustados a las necesidades de las emprendedoras:

1. Acceso a Financiamiento y Productos Financieros Adaptados

Facilitación de Microcréditos y Subvenciones

CARE Perú, en colaboración con instituciones financieras, debería diseñar productos financieros específicos para responder a las necesidades de las emprendedoras. Las microempresas podrían beneficiarse de microcréditos con tasas de interés reducidas y plazos de pago flexibles, mientras que las empresas más establecidas podrían acceder a líneas de crédito o préstamos para capital de trabajo. Es importante contar con opciones de **garantías alternativas** como las garantías grupales o fondos de garantía, que podrían reducir el riesgo y facilitar el acceso al financiamiento sin requerir garantías tradicionales.

Períodos de Gracia y Estructuras de Pago Flexibles

Para facilitar la sostenibilidad del financiamiento, se recomienda implementar períodos de gracia y estructuras de pago ajustadas a los ciclos de ingresos específicos de cada negocio. Esto permitiría que las emprendedoras manejen su flujo de caja sin comprometer la estabilidad financiera del negocio en sus etapas iniciales de crecimiento o expansión.

Subvenciones para Desarrollo Empresarial y Capacitación

Además de los microcréditos, se recomienda ofrecer subvenciones dirigidas a la capacitación y el desarrollo empresarial, las cuales podrían cubrir costos de formación avanzada, contratación de consultores y asistencia a ferias comerciales. Estas subvenciones permitirían a las emprendedoras acceder a conocimientos y habilidades específicas para hacer crecer sus negocios.

2. Educación Financiera y Gestión Sostenible

Capacitación en Buenas Prácticas Financieras

Expandir las capacitaciones en prácticas financieras con un enfoque en la **separación de finanzas personales y del negocio** es crucial para una gestión financiera efectiva. Talleres prácticos sobre contabilidad básica y control financiero diferenciado ayudarán a las emprendedoras a obtener una visión clara de los resultados financieros de sus negocios, promoviendo una mejor toma de decisiones.

Gestión de Estrés Financiero y Planificación a Largo Plazo

Las emprendedoras reportan altos niveles de estrés financiero al intentar mantener la estabilidad económica de sus negocios. Por ello, se recomienda ofrecer talleres sobre planificación financiera a largo plazo, que incluyan la creación de fondos de emergencia, inversión estratégica y diversificación de ingresos. Implementar un programa de mentoría financiera también ayudaría a reducir la incertidumbre económica, promoviendo la seguridad y tranquilidad necesarias para la resiliencia.

3. Impulso de la Tecnología y Recursos Digitales

Programas de Formación en Herramientas Digitales

La incorporación de herramientas digitales es clave para la sostenibilidad y eficiencia de los negocios. Se recomienda implementar programas de formación en herramientas digitales para ventas, marketing y administración, especialmente en el interior del país que claramente tiene menor acceso a estos recursos. Adicionalmente, “clínicas digitales” donde las emprendedoras puedan recibir asesoría personalizada sobre el uso de plataformas de pago en línea, redes sociales y software de gestión simplificada, serían beneficiosas para aumentar su competitividad.

Mentoría Tecnológica y Alianzas Estratégicas

Implementar programas de mentoría tecnológica donde empresarias con experiencia en el ámbito digital enseñen a otras emprendedoras a integrar tecnología en sus operaciones sería una herramienta poderosa. Estas alianzas entre empresarias también pueden fomentar la creación de redes de apoyo y acceso a mercados nuevos, ampliando las oportunidades de crecimiento para las participantes.

4. Fortalecimiento de Redes de Apoyo y Colaboración

Fomento de Redes de Apoyo entre Emprendedoras

El establecimiento de redes de apoyo entre mujeres emprendedoras permitiría la transferencia de conocimientos, el aumento de la confianza y el fortalecimiento de la resiliencia empresarial. Estos espacios de colaboración pueden ser facilitados a través de eventos de networking organizados conjuntamente con instituciones financieras locales y cajas rurales, donde las emprendedoras puedan compartir experiencias, estrategias y contactos.

Alianzas Estratégicas con Instituciones Financieras y Cooperativas

Promover la creación de alianzas entre emprendedoras y las instituciones financieras podría facilitar el acceso a mercados más grandes, negociación de mejores precios de insumos y creación de sistemas de microcréditos o cooperativas de ahorro en áreas con menos recursos financieros.

5. Adaptación Regional y Evaluación Continua

Optimización Basada en Disparidades Regionales

Considerar las diferencias regionales es fundamental para el éxito del proyecto. En Lima y Callao, donde el acceso a recursos digitales es más alto, se podría enfocar en mejorar la profundidad y efectividad de su uso (como campañas de marketing en línea). En contraste, en regiones con menor acceso, la prioridad debe ser asegurar que las emprendedoras comprendan los beneficios y cuenten con los medios para adoptar tecnología. Además, se recomienda aumentar la colaboración con organizaciones locales en estas zonas del país para facilitar productos financieros que sean accesibles y útiles para las emprendedoras.

Sistema de Monitoreo y Evaluación Continuo

Un sistema robusto de monitoreo y evaluación es clave para ajustar las intervenciones según las necesidades cambiantes de las emprendedoras. Este sistema permitiría recopilar datos en tiempo real y evaluar el impacto de las capacitaciones, préstamos y redes de apoyo, garantizando que se logren los objetivos del proyecto y adaptándose a las realidades locales.

6. Apoyo en la gestión del tiempo

Una estrategia integral para apoyar a las emprendedoras debe incluir acciones dirigidas a reducir las múltiples cargas que enfrentan, las cuales generan altos niveles de estrés y agotamiento. El análisis demuestra que muchas emprendedoras desean dedicar más tiempo a sus familias, negocios y autocuidado, pero enfrentan limitaciones significativas que dificultan un equilibrio sostenible entre sus responsabilidades.

Es necesario fomentar una redistribución equitativa de las tareas domésticas y de cuidado dentro del hogar, incentivando la corresponsabilidad entre los miembros de la familia. Asimismo, se recomienda facilitar el acceso a servicios de cuidado infantil y atención a personas dependientes, así como promover redes comunitarias que compartan responsabilidades y brinden apoyo mutuo. Estas medidas ayudarían a aliviar la presión que recae desproporcionadamente sobre las emprendedoras.

Además, se deberían implementar programas específicos para mejorar la gestión del tiempo y abordar el bienestar emocional. Talleres prácticos sobre manejo del estrés, estrategias de autocuidado y planificación personal podrían aumentar su capacidad para administrar responsabilidades de manera eficiente y reducir el agotamiento. Estas iniciativas no solo contribuirían a mejorar su calidad de vida, sino también a potenciar su desempeño empresarial, al permitirles concentrarse en el crecimiento y sostenibilidad de sus negocios.

7. Enfoque en dimensiones con mayor lugar a ganancia

Como se mostró en el análisis cuantitativo, en algunas variables clave ya se observan niveles base muy altos (cerca al 100%), lo que limita el impacto adicional que podría generarse. En cambio, otras áreas presentan una baja implementación o barreras significativas, lo cual sugiere que podrían beneficiarse más de unas intervenciones futuras que enfatizan estas dimensiones.

Variables con niveles base altos. - (a) Objetivos de negocio a corto y largo plazo: Un 90.4% de las participantes ya cuenta con objetivos bien definidos, lo cual refleja una clara orientación estratégica en sus emprendimientos. (b) Confianza en la toma de decisiones: El 98.2% de las mujeres confía en su capacidad para tomar decisiones empresariales, lo que muestra que las participantes ya poseen una autopercepción sólida en términos de liderazgo y control. (c) Resiliencia ante crisis: El 90.2% de las participantes considera que podría recuperarse financieramente en tres meses o menos tras una pérdida significativa. Este indicador sugiere que las emprendedoras ya tienen cierto nivel de preparación para enfrentar crisis a corto plazo.

De otro lado, tenemos las variables con mayor potencial de mejora. - (a) Separación de finanzas personales y empresariales: Solo el 11.4% de las emprendedoras separa sus finanzas personales de las empresariales, lo que representa una importante área de oportunidad. Esta práctica es esencial para un manejo financiero efectivo y profesionalizado del negocio y podría mejorar con capacitación específica. (b) Acceso a recursos digitales: Aunque el 43.0% de las participantes tiene acceso a al menos un recurso en línea, solo un 16.0% utiliza dos o más herramientas digitales. Esto sugiere una necesidad de impulsar el uso de tecnología, especialmente en áreas de ventas, promoción y

administración digital del negocio, que pueden aumentar la competitividad y la resiliencia. (c) Tranquilidad financiera: Solo el 27.8% se siente tranquila con respecto a sus asuntos financieros, y apenas el 20.3% expresa tranquilidad sobre su negocio. Estas cifras revelan altos niveles de estrés financiero percibido, una barrera significativa para la calidad de vida. Las intervenciones futuras podrían centrarse en brindar herramientas y apoyo para la planificación financiera a largo plazo, reduciendo la incertidumbre.

Anexo 1: Manejo Estadístico y Ajuste de Datos

Este anexo proporciona un detalle sobre los procesos aplicados a los datos para garantizar la precisión y representatividad de los indicadores analizados en el informe.

Como primer paso se incluyó un proceso de ajuste de los valores extremos en las variables de **ingresos**, **egresos** y **clientes**, debido a la sensibilidad de estas variables y la presencia de valores atípicos reportados por algunas participantes. Dado que no todas las emprendedoras proporcionaron información completa sobre estos aspectos, y algunos valores reportados fueron extremadamente altos o bajos, se decidió aplicar un ajuste a estos valores para captar adecuadamente la situación de las emprendedoras.

Para el ajuste, se utilizó el comando *winsor2* en Stata, que permite recortar los valores extremos. Este procedimiento fue aplicado a las variables específicas, eliminando el 1% de los valores extremos de cada lado de la distribución. Los resultados de este proceso se muestran en la tabla comparativa de valores originales y ajustados.

	N	Media	Mediana	Desviación Estándar	Min	Max
Ingresos originales	872	3,319	2,000	3,937	200	46,200
Ingresos ajustados	858	3,155	2,000	3,265	250	20,000
Egresos originales	873	1,765	1,000	3,725	35	75,000
Egresos ajustados	859	1,540	1,000	1,835	55	13,000
Clientes original	872	155	30	424	1	6,000
Clientes ajustados	866	129	30	257	1	2,000

Resultados del ajuste:

- **Ingresos:** La media se redujo de 3,319 a 3,155, y la desviación estándar disminuyó considerablemente de 3,937 a 3,265, lo cual refleja una reducción en la variabilidad. Además, el rango se ajustó, con un nuevo mínimo de 250 y un máximo de 20,000 en comparación con los valores originales de 200 y 46,200.
- **Egresos:** La media pasó de 1,765 a 1,540, y la desviación estándar bajó de 3,725 a 1,835. El rango también fue ajustado, con un mínimo de 55 y un máximo de 13,000, en lugar de los valores originales de 35 y 75,000.
- **Clientes:** La media se redujo de 155 a 129, mientras que la desviación estándar disminuyó de 424 a 257. El ajuste de rango llevó el máximo a 2,000 desde el valor original de 6,000.

Este ajuste es importante porque ayuda a reducir la influencia de valores extremos en los análisis, proporcionando una representación más precisa y confiable de la realidad económica de las

emprendedoras. Al mismo tiempo, este proceso mejora la comparabilidad de los datos, evitando que valores atípicos distorsionen las interpretaciones y conclusiones.

En el informe, se hace referencia principalmente a la **mediana** de estos valores en lugar de la media. Esto se debe a que la mediana es una medida menos sensible a los valores extremos y, por lo tanto, representa de manera más robusta el comportamiento central de las variables económicas de las participantes. La mediana permite interpretar estos datos de una forma más estable, especialmente en un contexto donde los valores reportados pueden variar considerablemente debido a las características heterogéneas de los negocios.

En la siguiente tabla se muestra el detalle del cálculo de cada indicador

Dominio	Indicador	Estimación
Resiliencia Financiera	Tiene cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar	Responde SI a la pregunta "¿Tiene una cuenta separada en una institución financiera para tu negocio?"
Resiliencia Financiera	Tiene objetivos del negocio a corto y largo plazo	Responde SI a la pregunta "¿Tiene un objetivo de negocio?"
Resiliencia Financiera	Acceso a al menos 1 recurso en línea	Selecciona 1 alternativa distinta a Ninguno en la pregunta "En los últimos 12 meses, ¿ha utilizado alguno de los siguientes recursos en línea o digitales con fines comerciales?"
Resiliencia Financiera	3 meses o menos para recuperase de una pérdida significativa	Selecciona 3 meses o menos en la pregunta "Ante el mismo caso anterior de pérdida en su negocio, ¿cuánto tiempo podría continuar cubriendo los gastos de su negocio, sin pedir dinero prestado?"
Resiliencia Financiera	Registra gastos e ingresos de su negocio	Responde "Sí, registros escritos", "Sí, registros digitales" o "Si, llevo registros escritos y digitales" a la pregunta "¿Registra los gastos e ingresos de manera escrita o digital para su negocio?"
Resiliencia Financiera	Accede a recursos financieros	Selecciona un número mayor a 0 en la pregunta "¿Cuántas veces ha pedido dinero prestado con fines comerciales en los últimos 12 meses? Incluya cualquier préstamo que tenga actualmente." O Selecciona alguna alternativa distinta a Ninguno en la pregunta "¿Qué otros productos financieros está utilizando?"
Resiliencia Financiera	Acceso a al menos 2 recursos en línea	Selecciona 2 alternativas distintas a Ninguno en la pregunta "En los últimos 12 meses, ¿ha utilizado alguno de los siguientes recursos en línea o digitales con fines comerciales?"
Resiliencia Financiera	Adoptaría una estrategia de resiliencia en caso de una pérdida significativa	En la pregunta "Imagina que mañana descubre que la mayoría de los equipos que necesita para operar su negocio han sido robados. ¿Qué haría para lidiar con la pérdida financiera?" Selecciona: 1 Accede a ahorros personales 2 Acceder a los ahorros reservados para mi negocio 3 Reducir el gasto del hogar 4 Reducir los costos operativos del negocio 5 Reducir mi sueldo 6 Retrasar el salario del personal 7 Retrasar el pago de facturas 8 Vender el activo del hogar 9 Vender activos comerciales

Dominio	Indicador	Estimación
		10 Trabajar horas extras o tomar un trabajo extra 11 Reclamar el apoyo del gobierno 15 Pedir un préstamo a un banco 16 Buscar el adelanto de los clientes 17 Cobranza de clientes con deudas 18 Seguro de siniestros
Confianza y Control	Nivel de control de las decisiones del negocio - Solo ella da opinión y no quiere otras opiniones	Pregunta "¿Cuántas personas, contando a usted, toman decisiones o aportan información sobre cómo se lleva a cabo su negocio?" es 1 Y ¿Cuál es su relación con la persona \${index} que proporcionan información sobre cómo se administra el negocio? es USTED Y ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones diarias sobre su negocio? y ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones importantes sobre su negocio? es NO
Confianza y Control	Nivel de control de las decisiones del negocio - Solo ella da opinión y quiere otras opiniones	Pregunta "¿Cuántas personas, contando a usted, toman decisiones o aportan información sobre cómo se lleva a cabo su negocio?" es 1 Y ¿Cuál es su relación con la persona \${index} que proporcionan información sobre cómo se administra el negocio? es USTED Y ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones diarias sobre su negocio? O ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones importantes sobre su negocio? es SI
Confianza y Control	Nivel de control de las decisiones del negocio - Ella da la opinión junto a otras personas y no quiere otras opiniones	Pregunta "¿Cuántas personas, contando a usted, toman decisiones o aportan información sobre cómo se lleva a cabo su negocio?" es mayor a 1 Y ¿Cuál es su relación con la persona \${index} que proporcionan información sobre cómo se administra el negocio? es USTED y otros Y ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones diarias sobre su negocio? Y ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones importantes sobre su negocio? es NO
Confianza y Control	Nivel de control de las decisiones del negocio - Ella da la opinión junto a otras personas y quiere otras opiniones	Pregunta "¿Cuántas personas, contando a usted, toman decisiones o aportan información sobre cómo se lleva a cabo su negocio?" es mayor a 1 Y ¿Cuál es su relación con la persona \${index} que proporcionan información sobre cómo se administra el negocio? es USTED y otros Y ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones diarias sobre su negocio? O ¿Hay otras personas que le gustaría que le dieran su opinión sobre las decisiones importantes sobre su negocio? es SI
Confianza y Control	Nivel de control de las decisiones del negocio -No toma decisiones	Pregunta "¿Cuál es su relación con la persona \${index} que proporcionan información sobre cómo se administra el negocio?" en ningún caso es USTED
Confianza y Control	Tengo una red aparte de mis familiares y amigos en la que puedo confiar para tomar decisiones	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Tengo una red (aparte de amigos y familiares) en la que puedo confiar para obtener asesoramiento empresarial y apoyo no financiero"
Confianza y Control	Cantidad de clientes únicos en un mes	En un mes típico, ¿cuántos clientes únicos recibes para tu negocio principal?
Confianza y Control	Tiene recursos financieros para operar y hacer crecer el negocio	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Tengo los recursos financieros que necesito para operar y hacer crecer mi negocio."
Confianza y Control	Confío en mi capacidad para tomar decisiones sobre mi negocio por mi cuenta	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Confío en mi capacidad para tomar decisiones sobre mi negocio por mi cuenta"

Dominio	Indicador	Estimación
Confianza y Control	Puedo identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero cuando lo necesito	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Puedo identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero cuando tengo una oportunidad de inversión"
Confianza y Control	Confío en mi capacidad para aumentar mi base de clientes/consumidores	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Confío en mi capacidad para aumentar mi base de clientes/consumidores."
Confianza y Control	Tengo las habilidades que necesito para operar y hacer crecer mi negocio	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Tengo las habilidades que necesito para operar y hacer crecer mi negocio."
Confianza y Control	Me siento preparada para cualquier evento no planificado que pueda afectar negativamente a mi negocio	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Me siento preparada para cualquier evento no planificado que pueda afectar negativamente a mi negocio."
Confianza y Control	Confío en mi capacidad para seleccionar proveedores que generen el mejor precio para mi negocio	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Confío en mi capacidad para seleccionar proveedores que generen el mejor precio para mi negocio."
Confianza y Control	Tengo las habilidades para usar la tecnología digital para operar y hacer crecer mi negocio	De Acuerdo o Completamente de Acuerdo en enunciado "Tengo las habilidades para usar la tecnología digital para operar y hacer crecer mi negocio."
Confianza y Control	Índice de confianza estandarizado	Promedio simple de los indicadores ¹ : Confío en mi capacidad para tomar decisiones sobre mi negocio por mi cuenta; Puedo identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero cuando lo necesito; Confío en mi capacidad para aumentar mi base de clientes/consumidores; Tengo las habilidades que necesito para operar y hacer crecer mi negocio; Me siento preparada para cualquier evento no planificado que pueda afectar negativamente a mi negocio; Confío en mi capacidad para seleccionar proveedores que generen el mejor precio para mi negocio; Tengo las habilidades para usar la tecnología digital para operar y hacer crecer mi negocio
Confianza y Control	Accede a recursos financieros	Duplicado de sección resiliencia financiera
Calidad de Vida	Piensa en capacidad de repago de su préstamo	Responde SI a la pregunta "Antes de pedir un préstamo, ¿Piensa sobre si puedes pagarlo o no?"
Calidad de Vida	Accede a recursos financieros	Duplicado de sección resiliencia financiera
Calidad de Vida	Repago de deuda en función de carga de deuda, ingresos o ganancias	Responde Carga de la Deuda, Ventas o Ingresos, o Ganancias a la pregunta "¿Cómo determina si puede pagar un préstamo?"
Calidad de Vida	Satisfecha con su préstamo	Responde Si a la pregunta "¿Ha estado satisfecha con su último préstamo comercial (obtenido en cualquier momento)?"
Calidad de Vida	Satisfecha con asuntos domésticos	Responde Algo Satisfecha o Muy Satisfecha a la pregunta "¿Qué tan satisfecha está con el estado actual de sus asuntos domésticos?"
Calidad de Vida	Satisfecha con asuntos financieros	Responde Algo Satisfecha o Muy Satisfecha a la pregunta "¿Qué tan satisfecha está con el estado actual de sus asuntos financieros?"
Calidad de Vida	Satisfecha con asuntos del negocio	Responde Algo Satisfecha o Muy Satisfecha a la pregunta "¿Qué tan satisfecha está con el estado actual de su negocio?"

¹ Se usa un promedio simple en vez de componentes principales (PCA) porque las variables reflejaban un bajo nivel de correlación (ver anexo 5).

Dominio	Indicador	Estimación
Calidad de Vida	Tranquilidad completar asuntos domésticos	No responde Todo el tiempo / todos los días a la pregunta "Con qué frecuencia se preocupa por su capacidad para completar sus tareas domésticas?"
Calidad de Vida	Tranquilidad asuntos financieros	No responde Todo el tiempo / todos los días a la pregunta "¿Con qué frecuencia se preocupa por sus finanzas?"
Calidad de Vida	Tranquilidad negocios	No responde Todo el tiempo / todos los días a la pregunta "¿Con qué frecuencia se preocupa por tu negocio?"

Anexo 2: Marco muestral

El anexo proporciona un análisis detallado de la disponibilidad de números telefónicos en el marco muestral y la razón por la cual no fue posible cumplir con el objetivo de encuestas en todos los estratos definidos para la línea de base. Este análisis se basa en la evaluación de la cantidad de encuestas necesarias por cada estrato y la disponibilidad de contactos telefónicos válidos, reflejado en el "ratio de encuestas". Este ratio se define como la cantidad de contactos telefónicos disponibles en el marco por cada encuesta que se necesita realizar; un ratio alto indica una mayor disponibilidad de números, mientras que un ratio bajo señala una escasez de contactos válidos, lo que dificulta alcanzar la meta de encuestas en ese estrato.

La siguiente tabla muestra la cantidad de encuestas requeridas en cada estrato, los números telefónicos disponibles en el marco muestral y el ratio de encuestas, diferenciando los programas IGNITE y STRIVE en las regiones Norte, Centro, Sur, y Lima y Callao:

Región	Meta		Marco		Ratio	
	IGNITE	STRIVE	IGNITE	STRIVE	IGNITE	STRIVE
Norte	128	128	2402	974	18.77	7.61
Centro	84	84	987	312	11.75	3.71
Sur	86	86	858	697	9.98	8.10
Lima y Callao	128	128	725	481	5.66	3.76

La tabla revela una notable heterogeneidad en los ratios entre los diferentes estratos. En los estratos de IGNITE para las regiones Norte, Centro y Sur, los ratios son superiores a 10, lo que indica que había una disponibilidad considerable de números telefónicos en comparación con la demanda de encuestas. En contraste, en los estratos de IGNITE Lima y Callao y STRIVE en las regiones Centro y Lima y Callao, los ratios son notablemente bajos, situándose por debajo de 6 y 4 respectivamente. Esta menor disponibilidad de contactos válidos implica que se disponía de menos números para realizar cada encuesta necesaria, lo cual dificultó el cumplimiento de las metas en estos estratos.

Debido a esta baja disponibilidad de contactos y a factores adicionales, como una alta tasa de números incorrectos y rechazos, no se pudo alcanzar el número de encuestas planificado en IGNITE Lima y Callao y STRIVE Centro, que se encuentran entre los estratos con menor cantidad de números en el marco muestral.

Anexo 3: Desagregación por Aliado Financiero

En este anexo se presenta información desagregada por aliado financiero, enfocándose específicamente en las nuevas participantes (no afiliadas al programa IGNITE) provenientes de instituciones financieras distintas a CARE Perú.

Características sociodemográficas por aliado financiero

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
	N=384	N=124	N=162	N=46	N=52
Edad	43.8 (12.6)	41.4 (12.5)	47.1 (12.1)	45.4 (14.1)	37.5 (9.5)
Estado civil (%)					
Soltera, nunca casada	38.3% (147)	40.3% (50)	37.7% (61)	23.9% (11)	48.1% (25)
Conviviente	32.6% (125)	45.2% (56)	25.3% (41)	37.0% (17)	21.2% (11)
Casada	22.1% (85)	9.7% (12)	27.2% (44)	34.8% (16)	25.0% (13)
Divorciada/separada	3.6% (14)	3.2% (4)	3.1% (5)	4.3% (2)	5.8% (3)
Viuda	3.4% (13)	1.6% (2)	6.8% (11)	0.0% (0)	0.0% (0)
Grado de estudios (%)					
Sin escolarización formal	1.0% (4)	0.8% (1)	1.2% (2)	0.0% (0)	1.9% (1)
Escuela primaria incompleta	7.0% (27)	1.6% (2)	10.5% (17)	10.9% (5)	5.8% (3)
Escuela primaria completa	10.7% (41)	8.1% (10)	13.0% (21)	15.2% (7)	5.8% (3)
Secundaria incompleta	9.9% (38)	4.0% (5)	10.5% (17)	17.4% (8)	15.4% (8)
Escuela secundaria completa	33.1% (127)	41.1% (51)	27.2% (44)	32.6% (15)	32.7% (17)
Superior técnico incompleto	6.5% (25)	14.5% (18)	1.9% (3)	6.5% (3)	1.9% (1)
Técnico superior completo	17.7% (68)	23.4% (29)	12.3% (20)	15.2% (7)	23.1% (12)
Universitario incompleto	2.6% (10)	4.8% (6)	1.9% (3)	0.0% (0)	1.9% (1)
Universitario completa	11.5% (44)	1.6% (2)	21.6% (35)	2.2% (1)	11.5% (6)
Posgrado		0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)
Jefe o jefa del hogar (%)					
Yo	73.2% (281)	81.5% (101)	72.2% (117)	67.4% (31)	61.5% (32)
Esposo o pareja	35.2% (135)	14.5% (18)	45.7% (74)	47.8% (22)	40.4% (21)
Hermano(a)	0.3% (1)	0.8% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)
Hijo(a)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)
Padre/Madre	3.4% (13)	5.6% (7)	0.6% (1)	2.2% (1)	7.7% (4)
Alguien más	0.5% (2)	0.0% (0)	0.0% (0)	0.0% (0)	3.8% (2)

Cantidad de niños en el hogar	0.6 (1.1)	0.5 (1.1)	0.7 (1.2)	0.5 (0.6)	0.6 (0.8)
Cuida a algún niño, adulto mayor o miembro discapacitado del hogar a diario (%)	17.2% (66)	9.7% (12)	20.4% (33)	30.4% (14)	13.5% (7)
<i>VARIABLES CONTINUAS: Edad, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis</i>					
<i>Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>					

Las emprendedoras de Financiera Confianza tienen una edad promedio de 47.1 años, significativamente superior al promedio total de 43.8 años, mientras que las de Norandino muestran una edad promedio de 37.5 años, considerablemente más baja que el promedio. En términos de estado civil, Norandino cuenta con un 48.1% de emprendedoras solteras, nunca casadas, un porcentaje notablemente superior al promedio total de 38.3%, mientras que FondeSurco registra solo un 23.9%, marcando un valor significativamente más bajo. En contraste, las convivientes son más comunes entre las emprendedoras de Caja Cusco, donde alcanzan un 45.2%, superando ampliamente el promedio de 32.6%. Financiera Confianza, por otro lado, presenta un porcentaje más bajo de convivientes, con 25.3%.

Respecto al nivel educativo, las emprendedoras de Caja Cusco destacan con un 23.4% que han completado estudios técnicos superiores, superando el promedio total de 17.7%, mientras que Financiera Confianza queda por debajo del promedio con solo un 12.3%. En el caso de educación universitaria completa, Financiera Confianza resalta con un 21.6%, cifra muy por encima del promedio de 11.5%, mientras que Caja Cusco tiene un porcentaje significativamente inferior de solo 1.6%.

En cuanto al rol en el hogar, el 81.5% de las emprendedoras de Caja Cusco reportan ser jefas del hogar, un valor notablemente superior al promedio total de 73.2%. Por otro lado, Norandino registra un 61.5% de jefas del hogar, lo que representa un porcentaje considerablemente inferior al promedio. Además, el 30.4% de las emprendedoras de FondeSurco indican cuidar diariamente de un niño, adulto mayor o miembro discapacitado del hogar, un porcentaje sustancialmente más alto que el promedio de 17.2%, mientras que Caja Cusco presenta un valor mucho menor, con solo 9.7%.

Características sociodemográficas por aliado financiero

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
	N=384	N=124	N=162	N=46	N=52
Rubro (%)					
Prendas de vestir y textiles	13.0% (50)	25.0% (31)	7.4% (12)	2.2% (1)	11.5% (6)
Agricultura y ganadería	8.1% (31)	6.5% (8)	4.9% (8)	17.4% (8)	13.5% (7)
Comida/bebida	28.4% (109)	34.7% (43)	29.6% (48)	21.7% (10)	15.4% (8)
Mercancía general	15.6% (60)	18.5% (23)	14.2% (23)	30.4% (14)	0.0% (0)

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
Hostelería	0.5% (2)	0.8% (1)	0.6% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)
Fabricación o producción	2.6% (10)	2.4% (3)	1.2% (2)	4.3% (2)	5.8% (3)
Venta al por menor/ventas	28.1% (108)	21.8% (27)	27.2% (44)	23.9% (11)	50.0% (26)
Artesanía	1.6% (6)	0.8% (1)	1.2% (2)	4.3% (2)	1.9% (1)
Servicios	14.6% (56)	8.9% (11)	22.2% (36)	0.0% (0)	17.3% (9)
Otros	0.3% (1)	0.0% (0)	0.6% (1)	0.0% (0)	0.0% (0)
Ingresos Media (S./)	3163.6 (3092.8)	3146.7 (2908.8)	2740.2 (2410.6)	2827.3 (2757.6)	4855.7 (4816.3)
Cuartil 1 Ingresos (S./)	1050	1500	900	900	1500
Ingresos Mediana (S./)	2500	2500	2450	1990	3000
Cuartil 3 Ingresos (S./)	4000	4000	3600	4000	6000
Ingresos Media (\$)	832.5 (813.9)	828.1 (765.5)	721.1 (634.4)	744.0 (725.7)	1277.8 (1267.5)
Cuartil 1 Ingresos (\$)	276.3	394.7	236.8	236.8	394.7
Ingresos Mediana (\$)	657.9	657.9	644.7	523.7	789.5
Cuartil 3 Ingresos (\$)	1052.6	1052.6	947.4	1052.6	1578.9
Egresos Media (S./)	1534.1 (1633.9)	1574.2 (1474.3)	1261.0 (1273.1)	1421.1 (1372.4)	2411.0 (2674.8)
Cuartil 1 Egresos (S./)	500	600	350	500	600
Egresos Mediana (S./)	1000	1100	1000	1000	1000
Cuartil 3 Egresos (S./)	2000	2000	2000	1900	4000
Egresos Media (\$)	403.7 (430.0)	414.3 (388.0)	331.8 (335.0)	374.0 (361.2)	634.5 (703.9)
Cuartil 1 Egresos (\$)	131.6	157.9	92.1	131.6	157.9
Egresos Mediana (\$)	263.2	289.5	263.2	263.2	263.2
Cuartil 3 Egresos (\$)	526.3	526.3	526.3	500	1052.6
Ganancia Media (S./)	1755.7 (2028.7)	1712.6 (1939.1)	1564.5 (1642.7)	1571.4 (1868.5)	2641.5 (3079.6)
Cuartil 1 Ganancia (S./)	525	700	550	350	750
Ganancia Mediana (S./)	1150	1200	1000	600	1500
Cuartil 3 Ganancia (S./)	2100	2000	2000	2500	3250
Ganancia Media (\$)	462.0 (533.9)	450.7 (510.3)	411.7 (432.3)	413.5 (491.7)	695.1 (810.4)
Cuartil 1 Ganancia (\$)	138.2	184.2	144.7	92.1	197.4
Ganancia Mediana (\$)	302.6	315.8	263.2	157.9	394.7
Cuartil 3 Ganancia (\$)	552.6	526.3	526.3	657.9	855.3
Clientes Únicos Media	127.8 (262.3)	126.5 (311.6)	133.0 (256.4)	103.3 (167.9)	136.3 (219.2)
Cuartil 1 Clientes Únicos	20	15	25	12.5	10
Clientes Únicos Mediana	30	20	50	22.5	50
Cuartil 3 Clientes Únicos	100	100	105	125	165
Proveedores media	3.8 (2.7)	4.8 (2.9)	3.4 (2.6)	3.7 (2.7)	3.1 (2.2)

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
Cuartil 1 Proveedores	2	2	2	1	1.5
Proveedores Mediana	3	5	3	3	3
Cuartil 3 Proveedores	5	6	4	5	4
Total trabajadores	2.3 (4.0)	1.7 (1.1)	1.7 (1.3)	3.4 (7.3)	4.4 (7.5)
Total trabajadores hombres	1.0 (2.3)	0.7 (1.1)	0.6 (0.9)	1.3 (2.0)	2.6 (5.4)
Total trabajadores mujeres	1.3 (2.7)	1.0 (0.7)	1.0 (0.9)	2.0 (6.5)	1.8 (3.2)
Total trabajadores remunerados	1.0 (3.9)	0.4 (0.8)	0.5 (1.0)	1.8 (7.3)	3.2 (7.6)
Trabajadores hombres remunerados	1.1 (3.2)	0.6 (0.9)	0.6 (0.9)	0.6 (1.0)	4.0 (7.2)
Trabajadores mujeres remuneradas	1.5 (4.2)	0.8 (0.5)	1.1 (1.0)	2.2 (8.1)	2.9 (4.5)
Total trabajadores no remunerados	1.3 (1.1)	1.3 (1.0)	1.1 (0.8)	1.5 (1.8)	1.3 (1.0)
Trabajadores hombres no remunerados	0.7 (1.0)	0.6 (0.8)	0.5 (0.7)	1.0 (1.9)	1.0 (0.9)
Trabajadores mujeres no remuneradas	0.8 (0.7)	0.9 (0.7)	0.8 (0.7)	0.6 (0.6)	0.6 (0.7)
Años de experiencia en el negocio principal	7.2 (7.1)	5.1 (4.9)	7.6 (7.7)	8.5 (7.4)	9.5 (8.1)
<p><i>Variables continuas: Ingresos, egresos, clientes únicos, proveedores, total trabajadores, trabajadores hombres, trabajadores mujeres, trabajadores remunerados, trabajadores no remunerados y año de experiencia, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis. Para ingresos, egresos, ganancia clientes únicos y proveedores también se reporta el cuartil 1 (25% de la distribución), la mediana (50% de la distribución) y cuartil 3 (75% de la distribución)</i></p> <p><i>Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i></p>					

En cuanto a los sectores económicos, el rubro de prendas de vestir y textiles destaca en Caja Cusco, donde el 25.0% de las emprendedoras se dedican a esta actividad, un valor significativamente superior al promedio total de 13.0%. En contraste, FondeSurco y Norandino reportan porcentajes muy bajos, con 2.2% y 11.5%, respectivamente. Por otro lado, el sector de comida y bebida representa el rubro más común en general, con un promedio total de 28.4%. En este rubro, Caja Cusco también se encuentra por encima del promedio con un 34.7%, mientras que Norandino reporta solo un 15.4%, muy por debajo del promedio. En el rubro de mercancía general, FondeSurco destaca con un 30.4%, duplicando el promedio de 15.6%, mientras que Norandino no registra participación en este sector.

En términos de ingresos promedio, Norandino sobresale con S/. 4,855.7, muy por encima del promedio total de S/. 3,163.6, lo que indica una mayor capacidad económica entre sus emprendedoras. En contraste, Financiera Confianza registra ingresos promedio de S/. 2,740.2, significativamente por debajo del promedio.

Respecto a los egresos promedio, Norandino nuevamente lidera con S/. 2,411.0, superando ampliamente el promedio total de S/. 1,534.1. Las emprendedoras de Financiera Confianza, por otro lado, tienen egresos promedio más bajos, con S/. 1,261.0, situándose por debajo del promedio.

En cuanto a las ganancias promedio, Norandino vuelve a destacar con S/. 2,641.5, un valor que supera considerablemente el promedio total de S/. 1,755.7. Financiera Confianza, con S/. 1,564.5, se encuentra ligeramente por debajo del promedio.

En clientes únicos, Norandino registra un promedio de 136.3, ligeramente por encima del promedio total de 127.8. FondeSurco, en cambio, tiene un promedio más bajo, con 103.3 clientes únicos.

En lo referente a proveedores, Caja Cusco lidera con un promedio de 4.8 proveedores, significativamente superior al promedio total de 3.8. Norandino, en contraste, tiene un promedio más bajo, con 3.1 proveedores.

Finalmente, en trabajadores totales, Norandino destaca con un promedio de 4.4 trabajadores, casi el doble del promedio total de 2.3, mientras que Caja Cusco y Financiera Confianza reportan promedios más bajos, ambos con 1.7 trabajadores. Este patrón se repite en los trabajadores remunerados, donde Norandino registra 3.2 en promedio, muy por encima del promedio total de 1.0, y en los años de experiencia en el negocio, donde Norandino nuevamente lidera con un promedio de 9.5 años, frente al promedio total de 7.2 años. En contraste, Caja Cusco presenta el menor promedio de experiencia, con 5.1 años.

En resumen, Norandino destaca constantemente con valores superiores al promedio en ingresos, egresos, ganancias, número de trabajadores y experiencia empresarial, mientras que Financiera Confianza tiende a estar por debajo del promedio en varias de estas métricas, y Caja Cusco sobresale en rubros específicos como el de prendas de vestir y en el número de proveedores.

Resiliencia financiera por aliado financiero

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
	N=384	N=124	N=162	N=46	N=52
Indicador Inmediato					
Tiene cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar (%)	8.6% (33)	4.8% (6)	10.5% (17)	6.5% (3)	13.5% (7)
Tiene objetivos del negocio a corto y largo plazo (%)	87.8% (337)	94.4% (117)	85.8% (139)	84.8% (39)	80.8% (42)
Acceso a al menos 1 recurso en línea (%)	35.7% (137)	39.5% (49)	36.4% (59)	10.9% (5)	46.2% (24)
3 meses o menos para recuperarse de una pérdida significativa (%)	94.0% (361)	96.8% (120)	93.8% (152)	82.6% (38)	98.1% (51)
Indicador Intermedio					
Registra gastos e ingresos de su negocio (%)	67.7% (260)	84.7% (105)	58.0% (94)	71.7% (33)	53.8% (28)
Accede a recursos financieros (%)	98.2% (377)	100.0% (124)	96.9% (157)	97.8% (45)	98.1% (51)
Acceso a al menos 2 recursos en línea (%)	12.2% (47)	21.0% (26)	11.7% (19)	0.0% (0)	3.8% (2)

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
Adoptaría una estrategia de resiliencia en caso de una pérdida significativa (%)	94.0% (361)	96.8% (120)	90.7% (147)	97.8% (45)	94.2% (49)
<i>Se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>					

En cuanto a las cuentas financieras separadas para el negocio y el hogar, solo el 8.6% de las emprendedoras a nivel general cumplen con este criterio. Norandino se destaca con un 13.5%, muy por encima del promedio, mientras que Caja Cusco reporta el porcentaje más bajo, con solo un 4.8%.

Respecto a tener objetivos de negocio a corto y largo plazo, el 87.8% de las emprendedoras en promedio cumplen con este indicador. Caja Cusco sobresale con un 94.4%, superando significativamente el promedio, mientras que Norandino tiene el porcentaje más bajo, con un 80.8%.

En el acceso a al menos un recurso en línea, el promedio general es de 35.7%. Norandino se sitúa notablemente por encima con un 46.2%, mientras que FondeSurco tiene un porcentaje considerablemente más bajo, con solo un 10.9%.

En la capacidad de recuperarse en tres meses o menos de una pérdida significativa, el promedio total es del 94.0%. Norandino lidera con un 98.1%, mientras que FondeSurco está significativamente por debajo con un 82.6%.

En los indicadores intermedios, el registro de gastos e ingresos del negocio muestra un promedio del 67.7%. Caja Cusco destaca con un 84.7%, muy por encima del promedio, mientras que Norandino tiene el porcentaje más bajo, con un 53.8%.

El acceso a recursos financieros es ampliamente generalizado, con un promedio de 98.2%. Todas las emprendedoras de Caja Cusco reportan acceso (100%), mientras que Financiera Confianza tiene un porcentaje ligeramente inferior al promedio con 96.9%.

El acceso a al menos dos recursos en línea tiene un promedio general bajo de 12.2%. Caja Cusco sobresale con un 21.0%, mientras que FondeSurco no reporta acceso (0%), significativamente por debajo del promedio.

En cuanto a la adopción de estrategias de resiliencia en caso de pérdidas significativas, el promedio total es del 94.0%. FondeSurco se sitúa por encima con un 97.8%, mientras que Financiera Confianza está ligeramente por debajo del promedio con un 90.7%.

Control y confianza por aliado financiero

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
	N=384	N=124	N=162	N=46	N=52
Indicador Inmediato					
Nivel de control de las decisiones del negocio(%)					
Solo ella da opinión y no quiere otras opiniones	41.4% (159)	61.3% (76)	31.5% (51)	32.6% (15)	32.7% (17)
Solo ella da opinión y quiere otras opiniones	19.8% (76)	13.7% (17)	25.9% (42)	28.3% (13)	7.7% (4)
Ella da la opinión junto a otras personas y no quiere otras opiniones	21.6% (83)	17.7% (22)	17.3% (28)	13.0% (6)	51.9% (27)
Ella da la opinión junto a otras personas y quiere otras opiniones	7.8% (30)	4.0% (5)	7.4% (12)	21.7% (10)	5.8% (3)
No toma decisiones	9.4% (36)	3.2% (4)	17.9% (29)	4.3% (2)	1.9% (1)
Tengo una red aparte de mis familiares y amigos en la que puedo confiar para tomar decisiones (%)	69.5% (267)	83.9% (104)	61.7% (100)	58.7% (27)	69.2% (36)
Cantidad de clientes únicos en un mes	127.8 (262.3)	126.5 (311.6)	133.0 (256.4)	103.3 (167.9)	136.3 (219.2)
Tiene recursos financieros para operar y hacer crecer el negocio(%)	83.9% (322)	91.1% (113)	75.3% (122)	82.6% (38)	94.2% (49)
Indicador Intermedio					
Confío en mi capacidad para tomar decisiones sobre mi negocio por mi cuenta (%)	99.2% (381)	99.2% (123)	99.4% (161)	100.0% (46)	98.1% (51)
Puedo identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero cuando lo necesito (%)	80.5% (309)	90.3% (112)	77.8% (126)	76.1% (35)	69.2% (36)
Confío en mi capacidad para aumentar mi base de clientes/consumidores(%)	98.7% (379)	96.8% (120)	99.4% (161)	100.0% (46)	100.0% (52)
Tengo las habilidades que necesito para operar y hacer crecer mi negocio (%)	97.9% (376)	99.2% (123)	96.3% (156)	97.8% (45)	100.0% (52)
Me siento preparada para cualquier evento no planificado que pueda afectar (%)	88.0% (338)	87.9% (109)	87.7% (142)	84.8% (39)	92.3% (48)
Confío en mi capacidad para seleccionar proveedores que generen el mejor precio para mi negocio (%)	97.9% (376)	96.0% (119)	99.4% (161)	97.8% (45)	98.1% (51)
Tengo las habilidades para usar la tecnología digital para operar y hacer crecer mi negocio (%)	65.4% (251)	80.6% (100)	58.0% (94)	47.8% (22)	67.3% (35)

Índices de confianza estandarizado	0.90 (0.14)	0.93 (0.14)	0.88 (0.14)	0.86 (0.12)	0.89 (0.12)
Accede a recursos financieros(%)	98.2% (377)	100.0% (124)	96.9% (157)	97.8% (45)	98.1% (51)
<i>Variables continuas : Cantidad de clientes únicos, se reporta la media y la desviación estándar entre paréntesis Para el resto de las variables se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>					

En el nivel de control de las decisiones del negocio, el 41.4% de las emprendedoras toman decisiones de manera autónoma y no desean otras opiniones, siendo este el nivel más común. Caja Cusco destaca significativamente con un 61.3%, muy por encima del promedio, mientras que las emprendedoras de FondeSurco y Norandino se ubican por debajo del promedio, con 32.6% y 32.7%, respectivamente. Por otro lado, Financiera Confianza tiene el porcentaje más alto de emprendedoras que toman decisiones autónomas, pero desean otras opiniones, con un 25.9%, frente al promedio total de 19.8%.

En cuanto a la existencia de redes de apoyo fuera del círculo familiar y de amigos para la toma de decisiones, el promedio total es del 69.5%. Caja Cusco sobresale con un 83.9%, mientras que FondeSurco tiene el porcentaje más bajo con 58.7%.

En términos de recursos financieros disponibles para operar y hacer crecer el negocio, el promedio total es del 83.9%. Norandino reporta el porcentaje más alto con un 94.2%, superando ampliamente el promedio, mientras que Financiera Confianza tiene el porcentaje más bajo, con un 75.3%.

En los indicadores intermedios, el 99.2% de las emprendedoras en promedio confían en su capacidad para tomar decisiones por su cuenta, y este nivel de confianza es alto en todas las instituciones, sin variaciones significativas. Sin embargo, en la capacidad para identificar instituciones e individuos para recibir apoyo financiero, el promedio total es del 80.5%, con Caja Cusco liderando con un 90.3%, mientras que Norandino se encuentra significativamente por debajo del promedio con un 69.2%.

En la confianza para aumentar la base de clientes, el promedio es del 98.7%, con FondeSurco y Norandino alcanzando el 100%, por encima del promedio. Respecto a las habilidades necesarias para operar y hacer crecer el negocio, el promedio es del 97.9%, con Norandino nuevamente destacándose al alcanzar el 100%, mientras que Financiera Confianza se encuentra ligeramente por debajo del promedio con un 96.3%.

En el uso de tecnología digital para operar y hacer crecer el negocio, el promedio general es del 65.4%. Caja Cusco muestra un desempeño notable con un 80.6%, mientras que FondeSurco está significativamente por debajo del promedio con un 47.8%.

El índice de confianza estandarizado muestra un promedio total de 0.90. Caja Cusco lidera con 0.93, por encima del promedio, mientras que FondeSurco tiene el índice más bajo, con 0.86.

Finalmente, en términos de acceso a recursos financieros, el promedio general es del 98.2%. Todas las emprendedoras de Caja Cusco reportan acceso (100%), mientras que Financiera Confianza se sitúa ligeramente por debajo del promedio con un 96.9%.

Calidad de vida por aliado financiero

	Total	Caja Cusco	Financiera Confianza	FondeSurco	Norandino
	N=384	N=124	N=162	N=46	N=52
Indicador Inmediato					
Piensa en capacidad de repago de su préstamo (%)	98.2% (377)	100.0% (124)	97.5% (158)	100.0% (46)	94.2% (49)
Accede a recursos financieros (%)	98.2% (377)	100.0% (124)	96.9% (157)	97.8% (45)	98.1% (51)
Indicador Intermedio					

Repago de deuda en función de carga de deuda, ingresos o ganancias (%)	96.6% (371)	100.0% (124)	94.4% (153)	97.8% (45)	94.2% (49)
Satisfecha con su préstamo (%)	88.3% (339)	90.3% (112)	87.0% (141)	84.8% (39)	90.4% (47)
Satisfecha con asuntos domésticos (%)	97.1% (373)	99.2% (123)	94.4% (153)	100.0% (46)	98.1% (51)
Satisfecha con asuntos financieros (%)	94.5% (363)	96.8% (120)	90.7% (147)	97.8% (45)	98.1% (51)
Satisfecha con asuntos del negocio (%)	97.4% (374)	97.6% (121)	96.3% (156)	97.8% (45)	100.0% (52)
Tranquilidad completar asuntos domésticos (%)	45.3% (174)	29.0% (36)	51.9% (84)	45.7% (21)	63.5% (33)
Tranquilidad asuntos financieros (%)	31.0% (119)	17.7% (22)	38.3% (62)	37.0% (17)	34.6% (18)
Tranquilidad negocios (%)	22.1% (85)	11.3% (14)	31.5% (51)	23.9% (11)	17.3% (9)
<i>Se reporta el porcentaje y el número de observaciones entre paréntesis</i>					

En términos de pensar en la capacidad de repago de su préstamo, el promedio total es del 98.2%. Todas las emprendedoras de Caja Cusco y FondeSurco reportan este comportamiento (100.0%), mientras que Norandino tiene un porcentaje más bajo, con un 94.2%.

El acceso a recursos financieros también tiene un promedio total de 98.2%. Al igual que en el indicador anterior, las emprendedoras de Caja Cusco reportan un acceso universal (100.0%), mientras que Financiera Confianza se encuentra ligeramente por debajo del promedio con un 96.9%.

En los indicadores intermedios, el repago de deuda basado en la carga de deuda, ingresos o ganancias tiene un promedio general del 96.6%. Todas las emprendedoras de Caja Cusco reportan cumplir con este criterio (100.0%), mientras que Financiera Confianza y Norandino están ligeramente por debajo, con un 94.4% y 94.2%, respectivamente.

En cuanto a la satisfacción con el préstamo, el promedio es del 88.3%. Norandino y Caja Cusco destacan con porcentajes superiores al promedio, 90.4% y 90.3% respectivamente, mientras que FondeSurco muestra un porcentaje más bajo con 84.8%.

La satisfacción con asuntos domésticos tiene un promedio total alto, del 97.1%. FondeSurco lidera con un 100.0%, mientras que Financiera Confianza se encuentra por debajo del promedio con un 94.4%. En términos de satisfacción con asuntos financieros, el promedio general es del 94.5%. Norandino y FondeSurco superan el promedio con un 98.1% y 97.8%, respectivamente, mientras que Financiera Confianza está por debajo con un 90.7%.

La satisfacción con asuntos del negocio tiene un promedio muy alto, del 97.4%. Norandino destaca con un 100.0%, mientras que Financiera Confianza, aunque con un alto nivel de satisfacción, está ligeramente por debajo del promedio con un 96.3%.

En los niveles de tranquilidad respecto a los asuntos domésticos, el promedio total es del 45.3%. Norandino sobresale con un 63.5%, mucho más alto que el promedio, mientras que Caja Cusco se

encuentra significativamente por debajo, con solo un 29.0%. En tranquilidad respecto a los asuntos financieros, el promedio es del 31.0%, con Financiera Confianza liderando con un 38.3%, mientras que Caja Cusco nuevamente tiene el porcentaje más bajo, con un 17.7%.

La tranquilidad respecto a los negocios tiene un promedio total de 22.1%. Financiera Confianza lidera con un 31.5%, mientras que Caja Cusco y Norandino están por debajo del promedio con un 11.3% y 17.3%, respectivamente.

Las emprendedoras de **Caja Cusco** se caracterizan por un alto nivel de autonomía en la toma de decisiones y una fuerte orientación hacia la planificación empresarial. Además, destacan en el uso de herramientas digitales para operar y hacer crecer sus negocios. Sin embargo, estas emprendedoras parecen enfrentar mayores desafíos emocionales y organizativos, ya que reportan niveles más bajos de tranquilidad en asuntos domésticos, financieros y relacionados con sus negocios. Este perfil refleja un grupo con habilidades sólidas pero que podría beneficiarse de un mayor apoyo en aspectos de bienestar personal.

Por su parte, las emprendedoras de **Financiera Confianza** tienden a tener niveles educativos más altos y están abiertas a recibir apoyo externo en sus decisiones, lo que indica una orientación colaborativa. A pesar de operar con menores ingresos y egresos promedio, estas emprendedoras reportan altos niveles de satisfacción con su negocio y tranquilidad financiera.

Las emprendedoras de **FondeSurco** presentan un enfoque más tradicional, con una alta carga de responsabilidades domésticas y un acceso limitado a herramientas digitales. Sin embargo, se distinguen por su capacidad de resiliencia y altos niveles de satisfacción con aspectos personales, lo que refleja una estabilidad orientada hacia el bienestar familiar. Este grupo podría beneficiarse de estrategias para fortalecer su integración tecnológica y expandir sus redes de apoyo externas.

Finalmente, las emprendedoras de **Norandino** operan negocios más grandes y diversificados, con mayor capacidad económica y operativa. Aunque lideran en satisfacción y estabilidad financiera, tienen un acceso limitado a redes de apoyo e instituciones financieras, lo que podría representar una barrera para el crecimiento a largo plazo. Este perfil refleja un éxito económico notable que podría consolidarse aún más con un enfoque en ampliar sus conexiones y recursos externos.

En resumen, aunque las diferencias entre las emprendedoras atendidas por cada aliado financiero no necesariamente reflejan estrategias específicas de estas instituciones, los patrones observados resaltan oportunidades para personalizar los servicios ofrecidos.

Anexo 4: Documentos Adjuntos

De manera adicional al informe se adjuntan los siguientes documentos:

1. *Encuesta SW.pdf*: Formato de la encuesta aplicado den SurveyCTO
2. *Instrumentos Cualitativos SW.pdf*: Formato de grupos focales y entrevistas a profundidad
3. *Transcripciones.pdf*: Transcripciones limpias de los grupos focales y entrevistas a profundidad
4. *SW_clean.xlsx* : Base de datos limpia en formato Excel
5. *SW_clean.dta*: Base de datos limpia en formato STATA
6. *Dofile_SW.do*: Rutina en STATA para la creación de los indicadores y exportado de tablas
7. *SW_clean_indicators.xlsx*: Base de datos limpia incluyendo indicadores en formato Excel
8. *SW_clean_indicators.dta*: Base de datos limpia incluyendo indicadores en formato STATA
9. *Matriz_cualitativa.xlsx*: Matriz de análisis cualitativo

Anexo 5: Matriz de correlación de indicadores de confianza

	Capacidad de decidir sobre su negocio	Identificar instituciones para apoyo financiero	Capacidad para aumentar clientes	Habilidades para operar el negocio	Preparación ante eventos no planificados	Capacidad para seleccionar proveedores	Habilidades tecnológicas para el negocio
Capacidad de decidir sobre su negocio	1.0000						
Identificar instituciones para apoyo financiero	0.0350	1.0000					
Capacidad para aumentar clientes	0.1961	0.1690	1.0000				
Habilidades para operar el negocio	0.1376	0.2495	0.2931	1.0000			
Preparación ante eventos no planificados	0.1721	0.2363	0.1516	0.2715	1.0000		
Capacidad para seleccionar proveedores	0.0310	0.1266	0.3387	0.1517	0.1456	1.0000	
Habilidades tecnológicas para el negocio	0.0788	0.2474	0.1118	0.1490	0.1063	0.0444	1.0000

