

Así es el liderazgo de la mujer peruana

La participación de la mujer peruana en el mercado profesional y laboral (tanto en el sector público como privado) ha ido en ascenso en los últimos años.

Así lo revela el **Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)** en su informe técnico sobre el comportamiento de los indicadores del mercado laboral a nivel nacional.

En dicho documento se observa que en el 2019 del total de la Población Económicamente Activa ocupada, 7,583.800 fueron mujeres, valor superior en 2,2% en comparación con los 7,421.600 millones de 2018.

- ▶ **Coronavirus: Las recomendaciones del Mincetur para los turistas**
- ▶ **Conoce la transformación digital de las cajas y cooperativas**
- ▶ **Tecnología fitness: conoce esta tendencia en gimnasios**

Asimismo, el **INEI** detalla que en 14 de las 25 regiones del país, las mujeres superan a los hombres en lo que respecta a la conducción de empresas registradas como personas naturales con negocio. Así, Moquegua lidera este indicador con 60%, le siguen Arequipa e Ica con 57% cada una; y Junín con 55%.

Por su parte, el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (Iedep) de la **Cámara de Comercio de Lima (CCL)** precisa que la evolución a lo largo de los años ha puesto a la luz el evidente escalamiento del rol de la mujer para el manejo de las empresas. Es así que en el 2015 las mujeres lideraban 795.459 compañías, mientras que en el 2018 el número pasó a 913.000 unidades.

En cuanto a los sectores con mayor presencia en el 2018 destacaron **Restaurantes** con 61,1%, **Comercio** (58,5%), **Alojamiento** con 50,7%, **Otros servicios** (47,8%), **Telecomunicaciones** con el 42,7%, y **Servicios** profesionales con el 41,6%. Hubo una menor presencia en **Manufactura** (38,6%), **Electricidad gas y agua** (35,7%) y sector **Agropecuario** (32,3%).

Para la presidenta de la **Comisión de Desarrollo de la Mujer Empresaria de la CCL**, Marina Bustamente, si bien estas cifras denotan el avance de las mujeres en los negocios, todavía en el Perú hay diferencias económicas, sociales, financieras y educativas que son desfavorables para el género femenino.

Sin embargo, destaca que el 75% de los microemprendimientos del país son liderados por ellas y asegura que en los últimos años el rol de la mujer se ha afianzado.

“Las emprendedoras peruanas somos un ejemplo no solo en nuestro país sino en el mundo. Hay muchos factores que han favorecido a este crecimiento como el acceso al crédito, la tecnología y el empoderamiento femenino, entre otros”, subraya.

Por su parte, el presidente del **Gremio de la Pequeña Empresa (COPE)** de la **CCL**, Jorge Ochoa, manifiesta que más allá de la creación o la desaparición de las compañías, es preciso analizar la evolución de la empresa familiar en su conjunto.

“Fundar empresas es importante, pero lo que debemos buscar es que estas unidades sean cada vez más competitivas y productivas, independientemente de quién las conduzca”, subraya.

De igual manera, considera que si bien muchas empresas son fundadas por hombres, son las mujeres las que lideran el éxito de estos negocios.

En esa línea, el presidente de **COPE** destaca como caso de éxito a las microempresas dedicadas a actividades de artesanía que, en su mayoría, son conducidas por madres de familia que lideran sus hogares.

“El gran aporte a la sociedad va más allá de su labor como empresarias, que se suma a la misión que tienen como líderes de su hogar y la formación de sus hijos”, enfatiza Jorge Ochoa.

Perfil de la emprendedora

Según la gerente de **Cuentas de Arellano Marketing**, Ana Lucía Navarro, el número de mujeres estudiando en la universidad

representa el 51% del mercado educativo, ya que pasó de 442.373 damas en el 2004 a 907.680 en el 2017.

Asimismo, Navarro refiere que la mayor participación de las mujeres como jefe de hogar –entendiéndose a aquella persona que aporta más económicamente en la casa– se debe al estilo de vida que tiene la mujer moderna. En ese sentido, explica que el 55% de este tipo de mujeres son muy empoderadas porque su eje de realización no solo es la familia, sino su desarrollo en el mundo profesional.

En cuanto a las principales características de las emprendedoras, el *Trends Senior Director* de **Ipsos Perú**, Javier Álvarez, informa que el promedio de ellas tiene alrededor de 40 años, ha empezado sus emprendimientos a los 27, y en su mayoría pertenece a las generaciones de *millennial* y X.

Respecto a su nivel socio económico, se concentran en los niveles C y D, lo que constituye, según Álvarez, que nacen muchas veces de las necesidades de las mujeres para sacar adelante a sus hijos.

“No todos los emprendimientos de mujeres son independientes. Hay una de cada cuatro que trabajan de manera dependiente y que, además, tiene su negocio en paralelo”, subraya.

En cuanto a la educación, indica que la mayoría tiene secundaria completa y un 25%, estudios superiores.

Otro indicativo significativo en este perfil, es que el 86% de estas emprendedoras tienen en promedio dos hijos y su ingreso mensual oscila entre S/ 1.000 y S/ 1.500.

El factor financiero

La inclusión financiera constituye un factor importante para el empoderamiento y la autonomía de las mujeres, en la medida en que les permite ampliar sus posibilidades de desarrollo productivo, personal y familiar, manifiesta la jefa de Proyectos y Cooperación Técnica Financiera de la **Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito** (Fepcmac), Ana Lucía Pinto.

Señala que en el caso específico del portafolio de las **Cajas Municipales de Ahorro y Crédito** (CMAC) tanto por el lado del ahorro como del crédito, se ha identificado que el 51% de las cuentas de ahorro pertenecen a mujeres, y que el 78% de estas se ubican fuera de la ciudad de Lima.

Por el lado de crédito, Ana Lucía Pinto indica que se tiene una participación de mujeres de 50% en número de créditos y de 44% en monto colocado; así como un 88% de créditos han sido ubicados fuera de Lima, con una concentración del 39% de créditos en mujeres en el rango de 30 a 45 años.

También precisa que las **CMAC** analizaron el nivel de morosidad por género habiendo identificado un diferencial de 1,1% menos de morosidad de las mujeres respecto a los hombres.

Pinto resalta que en el sistema de las CMAC se ha logrado equidad en el mundo del ahorro, del crédito y de los canales de atención. Por ejemplo, en la banca móvil existe 49% de usuarias mujeres.

“De esta manera conociendo el perfil que ya atienden las CMAC, se espera que esto facilite la incorporación de la visión del usuario hacia el diseño de servicios financieros especializados hacia este segmento específico”, detalla.

Finalmente, informa que al mes las 11 Cajas Municipales de Ahorro y Crédito colocan en promedio 82.000 créditos para mujeres, lo que significa casi un millón de créditos al año.