

## Gestión del microcrédito en el empoderamiento económico de mujeres comerciantes de Huánuco, 2019

### Management of microcredit in the economic empowerment of women merchants in Huánuco, 2019

Cesar M. Terrones-Sotomayor<sup>1,a,#</sup>

#### Resumen

El **objetivo** del estudio fue determinar el efecto del acceso al microcrédito y el empoderamiento económico de mujeres comerciantes de la localidad de Huánuco, 2019. **Métodos** fue una investigación de enfoque cuantitativo, de nivel explicativo, de diseño cuasi experimental solo después, con dos grupos: experimental y control. La muestra la conformaron 116 mujeres comerciantes de un mercado de abastos del distrito de Amarilis, seleccionadas probabilísticamente al azar simple para población conocida. Se les aplicó una guía de entrevista de características generales y del acceso al microcrédito y un cuestionario de empoderamiento de la mujer, previamente validadas y fiabilizadas. Se aplicaron las consideraciones éticas de investigación. Los **resultados** muestran diferencias entre el grupo caso que se benefició del microcrédito y el grupo control que no tuvo tal beneficio en la capacidad de: generación de ingresos económicos y ahorros de dinero, ( $Z = -5,506$ ), en el sustento económico del negocio y de los compromisos individuales y familiares ( $Z = -5,548$ ); en llevar el negocio ( $Z = -3,480$ ); en el sustento del negocio y de los compromisos individuales y familiares ( $Z = -5,548$ ), y para brindar seguridad económica a su hogar ( $Z = -2,912$ ), siendo las diferencias estadísticamente significativas ( $p < 0,005$ ). No hubo diferencias en la capacidad de emprendimiento ( $Z = -1,608$ , y  $p = 0,108$ ). Se **concluye** que, el microcrédito posibilita un alto nivel empoderamiento económico en 62,1% (36) de las mujeres del grupo caso; mientras que 96,6% (56) del grupo control lograron un nivel medio de empoderamiento, siendo estas diferencias significativas ( $Z = -1,608$ , y  $p = 0,001$ )

**Palabras clave:** microcrédito a mujeres, empoderamiento económico, actividad comercial.

#### Abstract

The objective of the study was to determine the effect of access to microcredit and the economic empowerment of women merchants in the town of Huánuco, 2019. Methods was a research with a quantitative approach, explanatory level, with a quasi-experimental design only afterwards, with two groups: experimental and control. The sample was made up of 116 women merchants from a food market in the Amarilis district, selected probabilistically at simple random for a known population. An interview guide with general characteristics and access to microcredit and a questionnaire on women's empowerment were applied, previously validated and reliable. Research ethical considerations were applied. The results show differences between the case group that benefited from the microcredit and the control group that did not have such benefit in the ability to: generate economic income and money savings, ( $Z = -5,506$ ), in the economic support of the business and of individual and family commitments ( $Z = -5,548$ ); in running the business ( $Z = -3,480$ ); in sustaining the business and individual and family commitments ( $Z = -5,548$ ), and to provide economic security to their home ( $Z = -2.912$ ), the differences being statistically significant ( $p < 0.005$ ). There were no differences in entrepreneurship capacity ( $Z = -1.608$ , and  $p = 0.108$ ). It is concluded that microcredit enables a high level of economic empowerment in 62.1% (36) of the women in the case group; while 96.6% (56) of the control group achieved a medium level of empowerment, these differences being significant ( $Z = -1.608$ , and  $p = 0.001$ )

**Keywords:** microcredit to women, economic empowerment, commercial activity.

<sup>1</sup>Gobierno Regional de Huánuco, Perú

**E-mail,** <sup>a</sup>cemiteso@hotmail.com

**Orcid ID:** <sup>#</sup><https://orcid.org/0000-0002-0958-0078>



## Introducción

La pobreza es un denominador común que impide a los grupos humanos satisfacer sus necesidades. La pobreza, medida en términos de condiciones humanas, es una insuficiencia de salud, nutrición, educación y otros elementos que componen el bienestar, entre los cuales se encuentra el tiempo "libre". (Davico, 2006).

Una de las principales razones que explican la existencia de un mayor grado de pobreza entre las familias, se encuentra en el hecho de que las mujeres en comparación con los hombres, constituyen el grupo humano desprovisto de los recursos básicos, que por tradición les han sido negados- al ser consideradas un género débil. Sus actividades están limitadas únicamente al cuidado del hogar, sin posibilidades de especializarse en otras labores que generen una renta adecuada, para alcanzar un crecimiento económico o para optar por un empleo en el sector formal. (Vázquez y Novillo, 2010).

Esta crisis golpea especialmente a las mujeres jefas de hogar, quienes trabajan en sectores donde perciben un ingreso menor o en centros de producción fuera del mercado (Davico, 2006). Las únicas opciones laborales por las que pueden inclinarse, se circunscriben al servicio doméstico y al cuentapropismo. (Davico, 2006). Estas cuestiones se enraizan en una persistente discriminación sexual en términos de empleo y salario. Consecuentemente, el círculo vicioso de la pobreza que se desencadena cuando la mujer trabaja más y gana menos, por lo que sus hijos obtienen menos alimentos y cuidado materno, se ha transformado en un hecho común y difícil de evitar (Davico, 2006).

Todos los esfuerzos tendientes a fortalecer el acceso de la mujer a recursos económicos y al empleo contribuyen a la autonomía y el empoderamiento económico de la mujer. En general, las mujeres tienen menores recursos capitalizables para la actividad económica respecto a los hombres. En el mercado de trabajo las mujeres enfrentan serias limitaciones de tiempo y organización para su participación debido a sus responsabilidades con la familia y la comunidad y las tasas de desempleo se ubican en el lado desaventajado de la brecha de ingresos y tienden a estar segregadas en áreas de empleo que ofrecen menores remuneraciones, menor estatus y mayores limitaciones a oportunidades de ascenso, (Piras y Vega).

Ante este complicadísimo escenario socio económico, cada vez más surgen experiencias de economía social, esto se explica mediante el indicador sobre participación económica de la mujer en el empleo remunerado no agrícola que se encuentra en 40% (Piras y Vega). La información disponible indica que el mejoramiento de la situación económica de las mujeres mediante el acceso a recursos financieros les permite diseñar,

ampliar, diversificar, y mejorar su proyecto de vida. La (Comisión Interamericana de Derechos Humanos) reconoce que ciertos servicios financieros son especialmente importantes para las mujeres para facilitar su acceso y control de recursos, como el crédito, el ahorro y las transferencias monetarias.

Las mejores prácticas para lograr la autonomía y el empoderamiento económico de la mujer incluyen un conjunto integrado de intervenciones que buscan elevar sus recursos y sus ingresos, y facilitar su participación económica (Piras & Vega). Ante ello, el emprendimiento requiere de una capacidad económica que en muchas ocasiones la mujer no tiene (Gómez; Acosta; Guerrero y López, 2015), aunque los servicios financieros formales son insuficientes en la mayoría de las regiones y que éstas siguen encontrando dificultades en el acceso al crédito (Consejo Económico y Social).

El surgimiento del impulso de un sistema de microcréditos, se convierten en una opción necesaria para favorecer el emprendimiento, y descomprimir la situación de desempleo y pobreza (Davico, 2006). Con ello se plasma el objetivo de alcanzar mejores condiciones de vida aprovechando los recursos limitados que poseen, resaltan (Vázquez y Novillo, 2010).

Los microcréditos dirigidos a mujeres es un instrumento eficaz para la reducción de la pobreza y para el fortalecimiento de su posición social y económica. Posibilitando el autoempleo, el que surge como una opción válida para insertarse en el mundo laboral; generando una renta, a través de micro-emprendimientos productivos como una estrategia de supervivencia, en los cuales, muchas veces, participa la familia integralmente (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2011).

Esto se evidencia con las lecciones aprendidas en la India, donde, en el 2009 el Banco Grammen cubrió a más del 90% de mujeres prestatarias, quienes lograron niveles de bienestar, incluso superaron la línea de pobreza que las marcaba gracias a la conformación de grupos solidarios (Abad y Abad, 2010).

Al respecto, Calero Serrano hace referencia que los grupos solidarios gestionan el desarrollo de los micro emprendimientos. Pero también este mecanismo, que está en la base de las relaciones entre las mujeres a la hora de formar los grupos, puede exacerbar las desigualdades entre mujeres y dejar al margen a las más pobres por mayor riesgo de incumplimiento del pago. (Calero, 2010).

También, en México, durante el 2009, más de 104 millones mujeres (82 %), eran prestatarias totales. La mayoría de estas mujeres invierten el crédito en negocios propios gestionados por ellas mismas y a pesar de las dificultades a las que se enfrentan tienen un registro de pago excelente, contrastando

la idea convencional de que no conviene prestar dinero ni a los pobres ni a las mujeres. Sin embargo, la cultura y tradición aún las condiciona y deben enfrentarse a numerosas limitaciones y desventajas (Gutiérrez, 2012).

En América Latina y el Caribe, en el 2009 han surgido redes de micro finanzas que buscan incrementar el acceso, reducir costos de transacción e impulsar la oferta de nuevos productos micro financieros. En este escenario, Nicaragua muestra la mayor cobertura de la región en términos de microempresas con acceso al crédito, relativo al número total de microempresas formales (58,3%). Chile se encuentra en el quinto lugar, con un 19,9% de empresas de tamaño micro con acceso al crédito (Henríquez, 2009).

En Perú el Sistema de Cajas Municipales de ahorro y crédito (CMACs) tiene especial relevancia en las micro finanzas. En enero de 2009, el total de créditos colocados por las CMACs a nivel nacional se ubicó en S/. 5,683 millones, cifra que representó un crecimiento de 39,35% con respecto al mismo mes del 2008 (Pait, 2009) (Davico, 2006).

En Huánuco existen beneficiarias de microcréditos quienes se dedican a la actividad comercial [68,0% (34)] y la mayoría de ellas, lograba bienestar individual y familiar (Caqui, 2013). Sin embargo, se desconoce con precisión el nivel de empoderamiento logrado en las mujeres comerciantes del Mercado de abastos de Paucarbamba, en el distrito de Amarilis.

Por la situación planteada, se investigó el efecto del acceso al microcrédito y empoderamiento económico de mujeres comerciantes de un mercado de abasto de la localidad de Huánuco, ya que presentan necesidades básicas insatisfechas como la falta de educación, generación de ingresos insuficientes, no poseer activos fijos. El acceso al microcrédito, aunque de capitales bajos, deberá ser abordada de manera sistemática en el marco de las intervenciones de desarrollo.

## Material y método

### El ámbito

El ámbito de estudio fue en el mercado de abastos de Paucarbamba, en el distrito de Amarilis, de la provincia y departamento de Huánuco.

### Nivel de estudio

La presente investigación fue de enfoque cuantitativo, de nivel explicativo, con diseño cuasi experimental solo después, con dos grupos: experimental y control.

### Tipo de estudio

**Según el tiempo de Estudio:** fue retro prospectivo, porque los datos fueron recolectados de hechos pasados y según cómo iban sucediendo los hechos.

**Según la participación del investigador:** fue experimental, porque manipularon las variables de estudio. Se intervino en el grupo experimental.

**Según el tiempo de medición de las Variables:** fue transversal, porque el instrumento se aplicó en un solo momento y las variables fueron medidas solo en una vez.

**Según la cantidad de variables a estudiar:** fue analítico, porque se compararon dos variables: independiente y dependiente.

### Diseño de la investigación

El diseño de la Investigación fue cuasi experimental

#### Diagrama:

Grupo	Intervención	Después
G1	- I	O2
G2	- -	O2

#### Donde:

**G1:** Grupo que recibió el microcrédito (.grupo caso)

**G2:** Grupo que no recibió ningún microcrédito (grupo control)

**I:** Intervención (acceso al microcrédito)

**-:** Sin acceso al microcrédito

**O1:** Observación antes de la intervención

**O2:** Observación después de la intervención

### Método

#### Población y muestra

La población lo conformaron 165 mujeres que accedieron a algún microcrédito en la Microfinanciera de Caritas, Huánuco, durante el primer trimestre del año 2018.

La muestra la conformaron 116 mujeres comerciantes del mercado de abastos de Paucarbamba, en el distrito de Amarilis. Se utilizó la fórmula para la población finita, que lo establece (Moya, 2007).

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}$$

#### Donde:

**n:** Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta para el presente estudio de investigación, es la variable que se desea determinar. n=?

**N:** El total de la población. Mujeres comerciantes del mercado de abastos de Paucarbamba, en el distrito de Amarilis

**Z:** Valor correspondiente a distribución gauss:  $Z\alpha = 0,1 = 1,96$

**p:** Prevalencia esperada del parámetro a evaluar: 0,05

**q:**  $1 - p$  (si  $p = 0,05$  %,  $q = 0,05$  %) = 0,1

**i:** Error que se prevé cometer si es del 5 %.  $i = 0,05$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 165 \cdot 0,05 \cdot 0,05}{0,05^2(165 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,05} = 115,63$$

#### Tipo de muestreo

El muestreo utilizado fue el probabilístico al azar

simple, teniendo en cuenta los criterios de inclusión y criterios de exclusión.

### Grupo experimental

#### Criterios de Inclusión:

Mujeres que solicitaron un microcrédito en Caritas, durante el primer trimestre del 2019.

Mujeres que contaron con un negocio independiente y propio en el mercado de abastos de Paucarbamba, en el distrito de Amarilis

Mujeres que voluntariamente firme el consentimiento informado para participar en el trabajo de investigación.

#### Criterios de Exclusión:

Mujeres que se encuentran con deudas pendientes en créditos obtenidos.

Mujeres que hayan accedido en anteriores oportunidades o simultáneo a un microcrédito en una financiera diferente a Caritas.

Mujeres que no concluyeron con el llenado de las encuestas en un 90%.

Mujeres que no aceptaron participar en la investigación.

### Grupo Control

#### Criterios de Inclusión:

Mujeres que contaron con un negocio independiente y propio en el mercado de abastos de Paucarbamba, en el distrito de Amarilis

Mujeres que voluntariamente firmaran el consentimiento informado para participar en el trabajo de investigación.

#### Criterios de Exclusión:

Mujeres que se encuentran con deudas pendientes en créditos obtenidos

Mujeres que no concluyeron con el llenado de las encuestas en un 90%.

Mujeres que no aceptaron participar en la investigación.

### Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de investigación que se utilizó para levantar información, fue la encuesta cuyos instrumentos fueron la guía de entrevista y el cuestionario.

### Descripción de instrumentos

Guía de entrevista de características generales.

Esta guía consta de 7 ítems: edad, ocupación, grado de instrucción, procedencia y estado civil de la dimensión de características sociodemográficas.; jefe de familia y número de hijos de la dimensión características familiares.

Guía de entrevista de características del acceso al microcrédito. Este instrumento consta de 18 reactivos y tres dimensiones: cultura de microcrédito, tipo de negocio y acceso al microcrédito.

Cuestionario del empoderamiento de la mujer comerciante. Este instrumento fue construido gracias a los aportes de los indicadores del

empoderamiento económico en mujeres en Nicaragua propuestos por Almachiara & Welsh, (2007). Consta de 15 reactivos y dos dimensiones: empoderamiento económico individual (capacidad de generación de ingresos económicos personales, disponibilidad de ahorros personales a través del negocio, capacidad económica para el negocio y compromisos individuales, capacidad de emprendimientos económicos, capacidad de llevar un negocio), y el empoderamiento familiar y comunitario (adquisición de activos para su hogar y las mejoras económicas en las familias y comunidad.

### Validación y consistencia interna de los instrumentos

Para determinar la validez del instrumento de recolección de datos se utilizó el juicio de expertos con la finalidad de validar el contenido para ello se seleccionó de manera independiente un grupo de 7 jueces expertos especialistas en microcréditos, para que juzguen los ítems del instrumento en términos de relevancia del contenido de la redacción y a la claridad de este.

### Consistencia interna de los instrumentos

Con la información que aportaron los expertos se hizo los ajustes necesarios al instrumento y se procedió a aplicar la prueba piloto, para luego ser sometido al coeficiente alfa Cronbach, cuyo resultado fue de  $r=0,8$  que indica alta confiabilidad. Luego del cuál, se procedió a aplicar el instrumento a la muestra seleccionada.

### Procedimientos

La autorización se solicitó al secretario ejecutivo y los promotores de créditos de la microfinanciera de Caritas de Huánuco, dándoles a conocer el plan de trabajo de campo, obteniéndose así las facilidades y los permisos respectivos para que proporcionen un marco muestral de su cartera de clientes que accedieron a un microcrédito. Para la recolección de datos, se capacitaron a dos encuestadores independientes con estudios profesionales.

Una vez seleccionados las unidades de análisis, se les informó acerca del objetivo de la investigación y se les solicitó por escrito el consentimiento informado, para participar en el estudio. Se les aclaró las consideraciones éticas de la investigación enfatizando que no recibirán remuneración económica por su participación. Así mismo, se les recordó que podrían retirarse de la investigación cuando ellos así lo consideraran. Una vez obtenido el consentimiento, se diligenció la ficha de datos sociodemográficos y se procedió a aplicar las escalas correspondientes.

El procesamiento y análisis de datos se realizó con el apoyo de un computador y se procedió a la tabulación de datos elaborando una base de datos en el programa Microsoft Excel y luego, se

transportó al paquete estadístico SPSS V. 15.0 se procedió al análisis descriptivo en la que se calculó las frecuencias y porcentajes de las variables cualitativas y las medidas de tendencia central para las variables cuantitativas.

En la comprobación de hipótesis inicialmente a fin de cumplir con el requisito indispensable para medidas paramétricas, se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov; los que resultaron no normales ( $p$ -valor  $< 0,05$ ), por ello se empleó un contraste estadístico no paramétrico, seleccionando la prueba de Wilcoxon para el contraste de las hipótesis, lo cual determinó la relación entre las variables de estudio, En la significancia estadística de la prueba se consideró un valor  $p \leq 0,05$  y por último se procedió a la interpretación de resultados.

### Aspectos éticos

De acuerdo con los principios establecidos en el Reporte de Belmont y en la Resolución 008430 del 4 de octubre de 1993; y debido a que esta investigación es considerada sin riesgo, no tuvo inconvenientes de ningún principio ético y se aplicó el consentimiento informado, considerando que los sujetos de investigación son tratados

como seres autónomos, permitiéndoles decidir por sí mismos.

### Resultados

Respecto a las características demográficas de las mujeres comerciantes del grupo casos, se observó que 34,5% (20), fueron adultas jóvenes (entre 20 a 39 años) con una edad mínima de 19 años y máxima de 70. La media y mediana se aproximaron a 43 años ( $DE= 11,95$ ). En el grupo control, 29,3% (17) tuvieron tendencia similar con una edad mínima de 18 y la máxima 71 años. El promedio de edad fue de 44 años, una mediana de 46 años con D.E: 14,38. Respecto a la procedencia, alrededor de las tres cuartas partes del grupo caso [74,1% (43)] procedían de la provincia de Huánuco, frente a 48,3% (28) del grupo control.

Acerca de las características sociales, más de la mitad del grupo caso cursaron los estudios de secundarios [51,7% (30)], y, en grupo control se observó similar tendencia [39,7% (23)]. En cuanto al estado civil, 41,4% (24) del grupo caso fue conviviente; mientras que en el grupo control, 60,3% (35) fueron solteras. (Ver tabla 01)

**Tabla 01 . Características demográficas y sociales de las mujeres comerciantes según casos y controles Amarilis, Huánuco - 2019**

Características demográficas de mujeres comerciantes	n= 116			
	Grupo casos		Grupo control	
	fi	%	fi	%
<b>Grupo de edad</b>				
Adolescente (15-19)	2	3,4	2	3,4
Adulto joven (20-39)	20	34,5	17	29,3
Adulto medio (40-49)	19	32,8	15	25,9
Adulto maduro (50-59)	13	22,4	12	20,7
Adulto mayor (60-74)	4	6,9	12	20,7
<b>Lugar de procedencia</b>				
Huánuco	43	74,1	28	48,3
Huamalíes	7	12,1	6	10,3
Cerro de Pasco	1	1,7	0	0,0
Dos de Mayo	2	3,4	6	10,3
Yarowilca	3	5,2	12	20,7
Ambo	2	3,4	0	0,0
Pachitea	0	0,0	6	10,3
<b>Grado de estudios</b>				
Sin estudios	0	0,0	12	20,7
Primaria	20	34,5	12	20,7
Secundaria	30	51,7	23	39,7
Superior técnico	7	12,1	11	19,0
Superior universitario	1	1,7	0	0,0
<b>Estado civil</b>				
Soltera	20	34,5	35	60,3
Conviviente	24	41,4	11	19,0
Viuda	1	1,7	0	0,0
Casada	13	22,4	6	10,3
Separada	0	0,0	6	10,3

Fuente. Guía de entrevista de las características generales.

En cuanto a las características familiares, 50,0% (29) de la mujer del grupo caso asumía el rol de jefe de familia y en 70,7% (41) del grupo control. Del mismo modo, 50,0% (29) del grupo caso tuvieron menos de 2 hijos y 69,0% (40) del grupo control. Por otro lado, 31,0% del grupo caso y 48,3% (28) del grupo control convivían con el cónyuge.

Sobre el tipo de negocio que contaban las mujeres, más de la mitad del grupo caso, tenían la venta de frutas y/o verduras [53,4% (31)], y 39,7% (23) del grupo control.

#### **Descripción del uso del microcrédito por la muestra de estudio**

Al analizar la motivación y cultura hacia el uso del microcrédito por las mujeres comerciantes del grupo casos, se evidenció que una gran proporción [65,5% (38)] contaban con información sobre opciones crediticias por el promotor de Caritas; 79,3% (46) accedieron al crédito porque consideraron una buena oferta las facilidades de pagos a sus créditos; 86,2% (50) valoraban como importante la oferta crediticia de Caritas y; 81,0% (47) desarrolló cultura de microcrédito para emprender un negocio.

Sobre el perfil crediticio se evidenció que, 86,2% (50) era socia de la financiera Caritas por tiempo mayor a dos años; 87,9% (51) contaba con ahorros en la financiera Caritas, el programa de pago fue a diario y la inversión del microcrédito fue en su negocio respectivamente; 31,0% (18) sus créditos obtenidos fue mayor a 5 oportunidades; 55,2% (32) el monto del crédito fue mayor a 1000 soles; 82,8% (48) percibieron un monto de interés bajo; 74,1% (43) el plazo de devolución del préstamo fue mayor a dos meses y; 84,5% (49) cumplieron de manera puntual con el pago de las cuotas.

El tipo de uso del microcrédito, fue eficaz en más de la mitad de ellas, [58,6% (34)], frente a 41,4% (24) que lo hicieron de manera ineficaz.

Sobre la descripción de la capacidad de generación de ingresos y ahorros de dinero, por las mujeres comerciantes en estudio, se evidenció que 53,4% (31) del grupo caso, mantuvieron sus ingresos económicos a razón de su negocio, frente a 55,2% (32) del grupo control. Sobre la disponibilidad de ahorros de dinero a través del negocio, 88,0% (51) del grupo caso lo tuvieron; mientras que en el grupo control, 58,6% (34) disponía, siendo menor dicha proporción. Al evaluar la capacidad de generar ingresos 39,7% (23) del grupo caso tenían dicha capacidad; mientras que el grupo control no contaban con dicha capacidad.

En el grupo caso se observó cambios favorables en el manejo del negocio, así, 72, 2% (42) evidenciaron mejoras en el desarrollo de su negocio, 70,7% (41) cambiaron de giro y diversificaron o innovaron y 67,2% (39) incrementaron la capacidad de aportar en la economía familiar. Por el contrario,

en el grupo control, el estatus del negocio se mantuvo, como es de resaltar que solo 15,5% (9) desarrollaron el negocio, los aportes a la economía familiar alcanzó a la quinta parte de la muestra 25,9% (15).

Sobre la capacidad para el sustento económico del negocio y para los compromisos individuales y familiares, se observó que 70,7% (41) del grupo caso evidenciaban tal capacidad; por otro lado, en menor proporción el grupo control tenían dicha capacidad [22,4% (13)].

Respecto a la capacidad para el emprendimiento de negocios se evidenció en el grupo caso que 63,8% (37) de las mujeres comerciantes en estudio, destinaban su dinero lo para la compra de nuevos productos de venta con mayor margen de ganancia; 72,4% (42) reconocía y explotaba oportunidades y ventajas competitivas para su negocio; 50,0% (29) enfrentaba el riesgo para obtener ganancias; 82,8% (48) manejaba eficazmente los recursos y 74,1% (43) tomaba decisiones adecuadas para el negocio ante eventualidades (orientación a nuevos productos). En el grupo control esta capacidad de empoderamiento en el emprendimiento del negocio tuvo porcentajes muy favorables.

En síntesis, un 72,4% (42) del grupo caso y 81,0% (47) del grupo control, tenían la capacidad para el emprendimiento de negocios.

Acercas de la capacidad de llevar el negocio por las mujeres comerciantes en estudio, se aprecia que en el grupo caso, la sostenibilidad del negocio fue evidenciado en 29,3% (17), habiéndose incrementado sus ventas y consiguientemente un 20,7% (12) incrementó el stock de sus productos; en tanto en el grupo control, este logro fue en menor porcentaje. La habilidad para integración en grupos de comerciantes lo alcanzaron un 89,7% (52) del grupo caso y 56,9% (33) del grupo control.

Se observó mayor ventaja en el grupo control, en la capacidad para la adquisición de activos para el negocio y en la toma de decisiones para la previsión del negocio [84,5% (49) y 89,7% (52) respectivamente]. En suma, la capacidad para llevar el negocio fue mayor en el grupo caso [84,5% (49)]; mientras que en el grupo control fue en 31,0% (18).

La capacidad para garantizar la seguridad económica del hogar de las mujeres comerciantes en estudio, fue evidenciado por 34,5% (20) de las mujeres del grupo caso quienes posibilitaron el incremento del consumo de alimentos ricos en proteínas (Carne, leche, huevos), mientras que en la misma proporción el grupo control incrementó el consumo de alimentos ricos en vitaminas y minerales (frutas y verduras). Lo impactante en este proceso de empoderamiento fue la capacidad de atención de la educación, teniendo las mujeres la oportunidad de incrementar su cultura de

negocios en 72,4% (42) y en 77,6% (45) les posibilitaba la capacidad de sustentar los gastos de los servicios básicos de su vivienda. También, 34,5% (20) tenían posibilidades para asuntos prioritarios de salud y 24,1% (14) de ambos grupos podían adquirir activos para su hogar. En resumen 70,7% (41) del grupo caso y 29,3% (17) del grupo control, evidenciaron capacidad para garantizar la seguridad económica del hogar.

**Descripción del empoderamiento económico a nivel familiar y comunitario de mujeres comerciantes de un mercado de abasto**

Respecto a la capacidad para lograr mejoras económicas a nivel familiar y comunitario de las mujeres comerciantes del grupo caso, se evidenció que un 77,6% (45) mejoraron las condiciones de sus familias y comunidad, mientras que el grupo control alcanzó un 41,4% (24). Acerca de la redistribución de roles y del trabajo no remunerado, 44,8% (26) del grupo caso pudo asignar tareas de la cocina; mientras que en el grupo control fue el de cuidar a los niños. Respecto a la percepción de la mejora de la economía familiar un 62,1% (36) del grupo caso expresó satisfacción en comparación de un 36,2% (21) del grupo control que percibió satisfacción regular. Resumiendo, la capacidad para lograr mejoras económicas a nivel familiar y comunitario del grupo caso fue de 44,8% (26); mientras que del grupo control fue de 24,1% (14).

Desde un análisis según dimensiones del empoderamiento económico mediante el beneficio del microcrédito, que desarrollaron las mujeres

comerciantes en estudio, se aprecia en el grupo caso y como era de esperarse, un 84,5% (49) obtuvieron empoderamiento económico a nivel individual, en la capacidad para llevar su negocio, un 72,4% (42) en la capacidad para el emprendimiento de negocios, como también, un 70,7% (41), tenían la capacidad para apoyar en la seguridad económica del hogar [39,7% (23)]. Fue por encima de un tercio de la muestra que pudo evidenciar la capacidad de generación de ingresos y ahorros de dinero. En el empoderamiento a nivel familiar y comunitario, un 44,8% (26) destacaron la capacidad para lograr mejoras económicas a nivel familiar y comunitario. En tanto, el grupo control, únicamente un 81,0% (47) destacó la capacidad de emprendimiento de los negocios y en todas las demás dimensiones su desarrollo fue mínimo, no superando el tercio de la muestra. En el desarrollo de la capacidad para lograr mejoras económicas a nivel familiar y comunitario, solo un 24,1% (14) lo alcanzaron.

En un análisis integral del efecto del microcrédito en el empoderamiento económico a nivel individual, familiar y comunitario de las mujeres comerciantes en estudio, se aprecia que 65,5% (38) del grupo caso tuvo un alto nivel de empoderamiento económico individual, frente a 84,5% (49) del grupo control cuyo nivel fue medio. Así mismo, en el empoderamiento familiar y comunitario 31,0% (18) del grupo caso tuvo un nivel medio y 5,2% (3) nivel alto, mientras que el grupo control alcanzó a 20,7% (7) en el nivel medio y no desarrollaron al nivel alto.

**Tabla 02. Nivel de empoderamiento económico individual, familiar y comunitario de las mujeres comerciantes de los grupos de casos y controles–Amarilis. Huánuco, 2019**

Nivel de empoderamiento económico individual, familiar y comunitario	n=116			
	Caso		Control	
	fi	%	fi	%
<b>Nivel de empoderamiento económico individual</b>				
Alto	38	65,5	2	3,4
Medio	7	12,1	49	84,5
Bajo	13	22,4	7	12,1
<b>Nivel de empoderamiento familiar y comunitario</b>				
Alto	3	5,2	0	0,0
Medio	18	31,0	12	20,7
Bajo	37	63,8	46	79,3

Fuente. Cuestionario de empoderamiento de la mujer comerciante.

Desde un análisis global del efecto del microcrédito en el empoderamiento económico de las mujeres comerciantes en estudio, se evidenció que, 62,1% (36) del grupo caso, alcanzaron un alto nivel de empoderamiento económico; mientras que, 96,6% (56) del grupo control logró el nivel medio de empoderamiento.

**Comprobación de hipótesis  
Empoderamiento económico a nivel individual, familiar y comunitario de las mujeres comerciantes de un mercado de abasto**

Al comparar el empoderamiento económico según dimensiones entre el grupo caso que recibió el beneficio del microcrédito y el grupo control que no

percibía dicho beneficio, y, mediante la prueba de Wilcoxon se obtuvo los siguientes resultados: en la capacidad de generación de ingresos económicos y ahorros de dinero, se halló un valor  $Z = -5,506$  con  $p = 0,000$ , en la capacidad económica para el sustento del negocio y de los compromisos individuales y familiares se halló un valor  $Z = -5,548$ ;  $p = 0,000$ , en la capacidad de llevar el negocio un valor  $Z = -3,480$ ;  $p = 0,001$ , en la capacidad económica para el sustento del negocio y de los compromisos individuales y familiares se halló un valor  $Z = -5,548$  y  $p = 0,000$ , y para la capacidad de brindar seguridad económica para su hogar se halló un valor  $Z = -2,912$  con  $p = 0,004$ , siendo las diferencias significativas, con lo que se tuvo que rechazar la hipótesis nula y se admite que, en el grupo caso hay una mejor capacidad de empoderamiento económico a nivel individual, familiar y comunitario.

**Tabla 03. Nivel de empoderamiento económico de las mujeres comerciantes de los grupos de casos y controles de un mercado de abasto de Paucarbamba–Amarilis. Huánuco, 2019**

Nivel de empoderamiento económico	n=116			
	Caso		Control	
	fi	%	fi	%
Alto	36	62,1	0	0,0
Medio	8	13,8	56	96,6
Bajo	14	24,1	2	3,4

Fuente. Cuestionario de empoderamiento de la mujer comerciante

La capacidad de emprendimiento halló un valor  $Z = -1,608$ , con  $p = 0,108$ , siendo no significativo, por lo que se tuvo de aceptar la hipótesis nula, que establece la no existencia de diferencias entre los grupos que recibieron el microcrédito y aquellas que no se beneficiaron.

**Tabla 04. Prueba de wilcoxon de comparación de medias en la capacidad de empoderamiento económico mediante el microcrédito en las mujeres comerciantes según grupos: casos y controles, Amarilis, Huánuco - 2019**

Empoderamiento económico mediante el microcrédito de las mujeres comerciantes según grupos: casos y controles	Comparación de medias	Z	p-valor
Capacidad de generación de ingresos económicos y ahorros de dinero	Promedio de los grupos caso - control	-5,506	0,000
Capacidad económica para el sustento del negocio y de los compromisos individuales y familiares	Promedio de los grupos caso - control	-5,548	0,000
Capacidad de emprendimiento	Promedio de los grupos caso - control	-1,608	0,108
Capacidad de llevar el negocio	Promedio de los grupos caso - control	-3,489	0,001
Capacidad de brindar seguridad económica para su hogar	Promedio de los grupos caso - control	-2,912	0,004
Capacidad para la mejora económica del hogar	Promedio de los grupos caso - control	-2,923	0,003

Fuente. Cuestionario de empoderamiento de la mujer comerciante.

## Discusión

El presente estudio, parte de la dinámica de la gestión del microcrédito oferta Cáritas-Perú y empoderamiento económico de mujeres comerciantes del mercado. Cuya, asociación se encuentra estratégicamente ubicadas a nivel nacional, y nos preocupamos en desarrollar alianzas con organismos de cooperación internacional, empresas privadas, instituciones, entidades públicas y fondos contravalor.

En un primer momento, se encontró que las mujeres comerciantes del grupo caso logra un empoderamiento y mejor capacidad en generar ingresos y ahorros económicos ( $p = 0,000$ ). Hecho

que se sustenta por (Chino y Vilchez, 2016) quienes determinaron que las socias en el microcrédito de Pro Mujer genera un alto nivel de incidencia en el empoderamiento para el manejo de la construcción del negocio, con una buena administración y generando buena relación entre los miembros de familia, de esta manera logrando una redistribución dentro de las actividades tanto del negocio como las actividades domésticas.

Según Alvarado mencionó que el trabajo con las mujeres se realiza en busca de igualdad entre los géneros, tomando al microcrédito como un punto de partida para el empoderamiento económico, político y social de las mujeres. Conllevando a una transformación de las relaciones de poder en la

sociedad.

En un segundo análisis se encontró que las mujeres comerciantes del grupo caso tienen capacidad para el sustento de negocio, para los compromisos individuales y familiares evidenciando empoderamiento económico, según Agarwal (1999) el acceso de las mujeres al trabajo remunerado les permite manejar un fondo propio, aumentando así su poder de negociación al interior de la familia y su capacidad de supervivencia fuera de ésta.

Como explican (Salles y Tuirán, 1998) entendemos a la familia como un ámbito donde conviven e interactúan personas emparentadas de géneros y generaciones distintas. Construyéndose lazos de solidaridad, relaciones de poder y autoridad, la mujer muestra capacidad para el sustento de negocio intrafamiliar, compromisos individuales y familiares del empoderamiento económico, reúne y distribuye recursos para satisfacer las necesidades básicas de sus miembros, y se definen obligaciones, responsabilidades.

En un tercer momento se halló, que no hay una mejor capacidad de emprendimiento del empoderamiento económico de las mujeres comerciantes del grupo caso ( $p=0,108$ ). Según (Vania y Tuirán, 1998) tradicionalmente, las mujeres estaban encargadas de labores de subsistencia: aseo de casa y ropa, preparación de alimentos, cuidado de hijos/as y animales domésticos, elaboración de ropa y otros artículos de uso cotidiano. Pero hoy en día la integración de mujeres a circuitos de mercado ha implicado una experiencia relativamente reciente en las estrategias de supervivencia.

Entre los estudios limitantes a la capacidad de emprendimiento del empoderamiento económico de las mujeres según (Dale y Fitchett, 1992) vienen a ser la falta de información sobre la disponibilidad de crédito; los créditos sujetos a actividades específicas donde las mujeres no suelen participar, los mayores costos de transacción que enfrentan las mujeres debido a la distancia del prestamista; los procedimientos complejos y restricciones de movilidad, los cuales complican por la menor disponibilidad de tiempo debido a sus funciones en la familia. Otra limitación también viene es la falta de servicios financieros y empresariales complementarios dirigidos a actividades específicas para las mujeres como: servicios de consultoría en los sectores donde se encuentran sus micro empresas y, el limitado acceso al crédito para actividades no agrícolas, en donde se concentra la mayor parte de las actividades económicas femeninas.

En un cuarto momento se encontró, que, hay una mejor capacidad de llevar el negocio del empoderamiento económico de las mujeres comerciantes del grupo caso. Estudio similar realizado por (Chino y Vilchez, 2016) quienes determinaron que el ingreso económico genera mejor empoderamiento en el manejo de sus

ingresos familiares, ya que, 61.2% de socias con acceso a microcrédito manifestaban que sí satisfacían sus necesidades, para afrontar con éxito su negocio, hecho que permite que exista un empoderamiento. Asimismo, el 75.4% mencionaban que le ha permitido mejorar su calidad de vida.

En quinto momento se demostró que, hay una mejor capacidad en la seguridad económica para su hogar del empoderamiento económico de las mujeres comerciantes del grupo caso. Según la experiencia de (Blankenburg, 2014) evidenció que para lograr el empoderamiento de las mujeres hay otros aspectos, complementarios al crédito, que resultan fundamentales, como son: los servicios no financieros, el monitoreo y el trabajo en la autoestima de las beneficiarias.

Por otro lado, según FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS, se ha observado como el acceso femenino al crédito suele traer importantes beneficios como altas tasas de reembolso y mayor probabilidad de gastar las ganancias obtenidas en alimentos y necesidades de los niños.

Y en un sexto momento se halló, que, hay mayor capacidad en las mejoras económicas del empoderamiento económico de las mujeres comerciantes del grupo caso. Según el análisis (Srilatha, 1997) quien demostró que existe un reconocimiento cada vez mayor de que el empoderamiento económico de las mujeres es fundamental para promover el crecimiento económico y el desarrollo equitativo y sostenible de los países. Sin embargo, aunque ha habido progresos, persiste una desigualdad de género profundamente arraigada en la sociedad como consecuencia de normas y prácticas discriminatorias en todos los ámbitos, que limita el verdadero desarrollo nacional.

Según lo expuesto, la ONU menciona que, para crear un futuro sostenible, es fundamental que todos y todas trabajemos juntos haciendo que los negocios sean sinónimo de igualdad y desarrollo sostenible. Invertir en las mujeres, en su formación y liderazgo, en la igualdad de oportunidades, no es sólo hacer lo correcto, sino que es hacer lo más inteligente.

Finalmente, el presente estudio evidencia que el progreso en el empoderamiento económico de la mujer; aún queda más trabajo por hacer, empezando por abordar la lógica financiera de los sectores populares e impulsar un círculo virtuoso de superación de la pobreza a través de programas de microfinanzas, tomando como beneficiaria a la población más vulnerable y a las mujeres, para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

#### Fuente de financiamiento

La presente investigación estuvo financiada por los

autores.

### Contribución de los autores

Todos los autores participaron en todo el proceso de la investigación.

### Conflicto de Interés

Declaramos no tener conflicto de interés.

### Referencias bibliográficas

- Abad, O. y Abad, P. (2010). *El microcredito en la ciudad de cuenca y su impacto en el desarrollo económico y financiero* (Magister en economía con mención en finanzas), Universidad de Cuenca, Cuenca
- Agarwal, Bina (1999). Negociación y relaciones de género: dentro y fuera de la unidad doméstica. en *Historia Agraria*, núm. 17, SEHA. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=1946243&pid=S1405-1435200900020000800001&lng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=1946243&pid=S1405-1435200900020000800001&lng=es)
- Alcázar, L. y Espinoza, K. (2014). Impactos del Programa Juntos sobre el empoderamiento de la mujer. *Investg*, 19(1), 1-104.
- Allen, S. (2012). *El microcrédito como herramienta para promover la autonomía económica y el empoderamiento social en mujeres de bajos recursos en el conurbano norte: El caso de "Mujeres 2000"/Microcredits as a Tool to Promote Economic Autonomy and Social Empowerment in Women With Few Resources in the Northern Metropolitan Area: The Case of "Mujeres 2000"*.
- Almachiara, D.A. y Welsh, P. (2007). *Sistematización de las mejoras practicas de empoderamiento económico con mujeres en Nicaragua* [Trabajo de Investigación]. Banco Mundial, Managua.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2005). *Desencadenar el crédito* [Internet]. [Consultado 2016 Feb 28]. Disponible en: [http://www.iadb.org/res/publications/pubfiles/pubB-2005S\\_949.pdf](http://www.iadb.org/res/publications/pubfiles/pubB-2005S_949.pdf)
- Blankenburg, A. (2014). *Estudio de Mercado - Microcrédito para el desarrollo MIDE La Chuspa - Región Macro Sur Andina. ESTUDIO DE MERCADO Plan de consolidación de la presencia de la ONG MIDE (Microcrédito para el Desarrollo) en la región macro sur andina a través de la oferta de un producto de ahorro rentable*. Disponible en: [https://www.academia.edu/23717704/Estudio\\_de\\_Mercado\\_Microcr%C3%A9dito\\_para\\_el\\_de\\_sarrollo\\_MIDE\\_La\\_Chuspa\\_Regi%C3%B3n\\_Macro\\_Sur\\_Andina\\_2014](https://www.academia.edu/23717704/Estudio_de_Mercado_Microcr%C3%A9dito_para_el_de_sarrollo_MIDE_La_Chuspa_Regi%C3%B3n_Macro_Sur_Andina_2014)
- Cabala, P. (2009). *El empoderamiento de la mujer rural, a partir de su acceso al micro crédito: una mirada desde el género* [Internet]. [Consultado 2016 Feb 28]. Disponible en: <http://old.cies.org.pe/files/active/0/PBA07.pdf>
- Calero, J. (2010). *Microfinanzas, microcréditos y género en Senegal*: Fundación Ideas.
- Caqui, C. D. (2013). *Conocimiento del microcrédito e impacto socioeconómico en mujeres, usuarias de las cooperativas de Huánuco-2013*. 1-7.
- Caritas del Perú. (2018). *Los capítulos del Balance Social 2018 de Cáritas del Perú se encuentran alineados a los Objetivos del Marco Estratégico de Caritas Internacional*. Disponible en: [https://s3-us-west-2.amazonaws.com/ung-production/attachments/cop\\_2019/477271/original/BalanceCaritas\\_final.pdf?1565021850](https://s3-us-west-2.amazonaws.com/ung-production/attachments/cop_2019/477271/original/BalanceCaritas_final.pdf?1565021850)
- Cheston, S., y Kuhn, L. (2002). Empoderamiento de la mujer a través de las microfinanzas. *UNIFEM*, 13(3).
- Chino, L. y Vilchez, N. (2016). *Empoderamiento socioeconómico en mujeres que tienen acceso a microcréditos pro mujer de la plaza San José de la ciudad de Juliaca – 2016* [tesis] Universidad Nacional del Altiplano. Disponible en: [http://181.176.163.136/bitstream/handle/UNAP/6657/Chino\\_Beato\\_Lizabeth\\_Shintia\\_Vilchez\\_Limache\\_Nelida\\_Guisela.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://181.176.163.136/bitstream/handle/UNAP/6657/Chino_Beato_Lizabeth_Shintia_Vilchez_Limache_Nelida_Guisela.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chino, L. y Vilchez, N. (2016). *Empoderamiento socioeconómico en mujeres que tienen acceso a microcréditos pro mujer de la plaza San José de la ciudad de Juliaca*. Disponible en: [http://181.176.163.136/bitstream/handle/UNAP/6657/Chino\\_Beato\\_Lizabeth\\_Shintia\\_Vilchez\\_Limache\\_Nelida\\_Guisela.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://181.176.163.136/bitstream/handle/UNAP/6657/Chino_Beato_Lizabeth_Shintia_Vilchez_Limache_Nelida_Guisela.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2011). *El trabajo, la educación y los recursos de las mujeres: la ruta hacia la igualdad en la garantía de los derechos económicos, sociales y culturales* [Internet]. [Consultado 2016 Feb 28]. Disponible en: <http://www.cidh.oas.org/pdf%20files/mujeresdesc2011.pdf>
- Consejo Económico y Social. (2014). *Examen y Evaluación de la aplicación de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing y los resultados del vigésimo tercer periodo extraordinario de sesiones de la Asamblea General* [Internet]. [Consultado 2016 Feb 28]. Disponible en: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/fd819600479a6609b1dab5fdc77a4991/NUU\\_CSW\\_Informe\\_2015.pdf?MOD=AJPERE&CACHEID=fd819600479a6609b1dab5fdc77a4991](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/fd819600479a6609b1dab5fdc77a4991/NUU_CSW_Informe_2015.pdf?MOD=AJPERE&CACHEID=fd819600479a6609b1dab5fdc77a4991)
- Dale, A. y Fitchett, D.A. (1992). *Informal Finance in Low-Income Countries*". Westview Press, Inc., Boulder. Citado por: Field, E. y Torero, M. Diferencias en el Acceso de las Mujeres al Micro Crédito en el Perú y el Impacto de la Tenencia del Título de Propiedad. Disponible en: <http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/rmcred07.pdf>
- Davico, G. (2006). *Empoderamiento femenino a través de programas de microcrédito en Argentina*. Área de ONG's y Políticas Públicas. Buenos Aires: Instituto de investigación en Ciencias Sociales de la Universidad del

- Salvador.  
FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS. (2018). *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Fomentando la resiliencia climática en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición*. FAO, Roma.  
<http://www.fao.org/3/I9553ES/i9553es.pdf>
- Gina Alvarado Merino. Documento de Trabajo N° 137. *Las ONG y el crédito para las mujeres de menores ingresos: debates sobre el desarrollo*. Disponible en:  
<https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/IEP/804/2/documentodetrabajo137.pdf>
- ONU Mujeres (2016). *Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres Homero 806, Colonia Polanco, C.P. 11550, Ciudad de México*. Recuperado de: <http://www.onu.org.mx/wp-content/uploads/2016/12/Empoderamiento-mujeres-en-empresas.pdf>
- Salles, V. y Tuirán, R (1998). *Cambios demográficos y socioculturales: familias contemporáneas en México*, en Schmukler, B. [coord.], *Familias y relaciones de género en transformación. Cambios trascendentales en América Latina y el Caribe*, México: Edamex y Population Council.
- Srilatha, B (1997). *El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción*. Recuperado de:  
[http://www.congresoed.org/wp-content/uploads/2014/10/D4\\_Batliwala\\_1997.pdf](http://www.congresoed.org/wp-content/uploads/2014/10/D4_Batliwala_1997.pdf)