



VI. Democratización y comunicación alternativa

Estudiantes bolsistas mujeres en la ideación de negocios en UDEA, Lircay Huancavelica

Female scholarship students in business ideation at UDEA, Lircay Huancavelica

Karla Zuñiga-Chambilla

Universidad para el Desarrollo Andino, Perú
kzuniga@udea.edu.pe

Ysrael-Alberto Martínez-Contreras

Universidad para el Desarrollo Andino, Perú
ysmartinez@udea.edu.pe

Vanesa-Lucia Cuba-Romero

Gerencia de Desarrollo Económico y Gestión Ambiental, Perú
vluciacr.@gmail.com

Resumen

Las bolsistas tienen la oportunidad de establecer un negocio asistido mediante la StartUp de Universidad para el Desarrollo Andino (UDEA) durante el 2021 alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 5 y 8. Las acciones por ensayo y error han reforzado su oportunidad de negocio al asumir retos y soluciones antes de deshidratar los productos para su futura comercialización. En conclusión, se ha ejecutado un proyecto institucional en base a dos ODS y se incentiva la paridad.

Abstract

Female scholarship holders have the opportunity to establish a business assisted through the University for Andean Development (UDEA) StartUp during 2021 aligned to Sustainable Development Goals (SDGs) 5 and 8. Trial and error actions have strengthened their business opportunity by taking on challenges and solutions before dehydrating the products for future commercialization. In conclusion, an institutional project has been implemented based on two SDGs and encourages parity.

Palabras clave / Keywords

Habilidades gerenciales; liderazgo virtual; satisfacción laboral; trabajo remoto; evidenciación; ODS. Management skills; virtual leadership; job satisfaction; remote work; evidencing; SDGs.

1. Introducción

En el Centro de Producción de Bienes y Servicios de la Universidad para el desarrollo Andino (UDEA) se realizó desde el área de Incubadora de Empresas en conjunto con Fundación para el Desarrollo Sostenible- FUNDADES, el procesamiento de frutas deshidratadas en el 2021 con el propósito de incentivar tres aspectos básicos de alimentación, la primera consumo de diversas frutas, basados en las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (2018); la segunda modificación de conductas y/o hábitos alimenticios, la tercera, desincentivar el consumo de snack altamente procesados con octógonos incluidos. El rol del estudiante bolsista es preponderante al propiciar la creación de nuevos productos, con propuesta de valor a cultivos, sean locales o regionales, en campos experimentales del recinto universitario.

2. Los ODS y las bolsistas

En primer lugar, la conjugación de trabajo y estudio debidamente planificado y organizado forma parte de la población estudiantil de UDEA, tal es así que, trabajan los fines de semana o días hábiles y cuando están de vacaciones su destino de mayor oportunidad laboral es Ica. UDEA no es ajeno a esta necesidad laboral estudiantil, por ello mediante Bienestar Universitario se ofrecen becas, descuentos y programa de bolsistas previa evaluación socioeconómica.

En segundo lugar, se ha adoptado el trabajo decente y crecimiento económico ODS 8 (Schio et al., 2019), estos bolsistas deben tener como requisito 13,5 (promedio ponderado mínimo) en un semestre anterior al periodo de bolsista, para acceder a este tipo de beneficios ofrecido por UDEA. Asimismo, cumplir con un horario de trabajo (3 horas en días laborables). En este sentido UDEA subvenciona pensiones mensuales entre S/ 336.00 a 360.00, este costo cubierto es trasladado para cubrir la canasta básica familiar o servicios básicos de vivienda por los beneficiarios (Loayza, 2019).

En tercer lugar, los meses de procesamiento de frutas deshidratadas, espinacas y sangre se trabajó exclusivamente con un grupo de 6 mujeres, tres de ellas bolsistas, dos profesionales y una personal de limpieza, quienes formaron parte de las etapas o procesos del deshidrato, es decir, desde la recepción de materia prima hasta obtener el producto final, listo a ser distribuido o comercializado en el caso de frutas, adoptamos de esta forma el ODS 5 (Schio et al., 2019), relacionado a igualdad de género.

Finalmente, en seis años (2013-2019) el consumo de cinco porciones de frutas o verduras ha tenido un incremento, pasando de 8,3% a 11,3%, según lo reportado por el informe Perú: «Enfermedades no transmisibles y transmisibles», donde también destaca que sólo una persona de cada 10 practica este hábito alimenticio. Otro dato importante de mirada nacional es el incremento del consumo en localidades urbanas pasando de 10,5% a 12,6%. Muy diferente es el panorama en el ámbito rural, donde existe un ligero incremento porcentual de 3,7 puntos (1,8% a 5,5%). Entre el 2014 al 2019 la ciudad de Lima supera en el consumo de frutas llegando a un 13,4%, en contraposición con la población de la sierra que pasa de 5,3% a tan

sólo 7,8%. Una mirada regional, en Huancavelica la prevalencia de consumo de frutas en el 2019 está inferior al promedio nacional (11,3%), incluso en este informe la tendencia es a la baja (6,3% a 6% para el 2019), (INS 2019).

2. Metodología

2.1. Proceso de gestión

En el contexto de la pandemia COVID-19, las gestiones administrativas de adecuación y equipamiento del laboratorio en el campus universitario para el futuro «Laboratorio de Procesamiento», fue trabajada de forma remota. Se garantizó la distribución de frutas deshidratadas a estudiantes en edad escolar, realizando gestiones ante UGEL Angaraes o con los directores de Instituciones Educativas interesados en el producto, previa charla, concientizando del consumo de frutas y hábitos alimenticios saludables.

Al tener operatividad el «Laboratorio de Procesamiento», prefiguró una serie de proyectos destinados a obtener productos deshidratados como hierbas aromáticas (cedrón, muña, manzanilla, siempre viva entre otras) para infusiones frutales u hortalizas (espinaca).

2.2. Experimentación, ensayo y error

Se realizaron pruebas piloto, a fin de establecer procesos técnicos de deshidratado de frutas, hierbas aromáticas y hortalizas. El primer caso se trabajó con diversas frutas considerando aspectos innatos de ellas como grado de madurez, tamaño y variedad de fruta. El segundo caso esta referido al comportamiento de hierbas y flores aromáticas como cedrón, manzanilla, muña por mencionar, que por su morfología y estructura responden de forma diferente, a diferencia de las espinacas que, por ser delicadas necesitan cuidado en todo su proceso. Los métodos técnicos donde la estandarización de temperatura y tiempo de deshidratado tuvo un comportamiento distinto a lo contemplado a indicaciones del fabricante, esto supuso que, las condiciones ambientales de Lircay (3200mns) y humedad post lluvia, jueguen un rol significativo, por tanto, se incrementó horas de deshidrato.

2.3. Selección del producto

La relevancia de las pruebas piloto en la definición, discriminación y aceptación de frutas, hortalizas y hierbas aromáticas seleccionados. Así, la etapa operativa para las frutas deshidratadas se escogió; piña Golden, manzana Delicia, pera Packhans, papaya criolla, plátano Bizcochito, Mango Edward y tuna roja, amarilla y blanca.

En el caso de infusiones herbales y frutales, se decidió por hierbas aromáticas en orden de importancia: aroma, sabor y color. También, la evidencia sugirió que la variedad Corvair de la espinaca, denota mejores características para ser deshidratada.

2.4. Grupos de interés

En las frutas deshidratadas el grupo de interés fueron netamente estudiantes de inicial, primaria y secundaria de educación básica regular, con preferencia del ámbito rural, motivo por el cual, es sabido que esta población no tiene o es reducido la diversificación y acceso a frutas como mango, piña y pera.

Sobre las infusiones frutales y herbales, su mercado potencial en prospectiva son cafeterías artesanales, en cambio el deshidratado de espinaca está relacionado a niños, mujeres embarazadas y adultos mayores como población objetivo.

2.5. Principales dificultades

La provincia de Angaraes no es productor de frutas, por ende, el aprieto es tener proveedores de otras regiones, solo destacamos en cosechar tuna, era comprensible que se tenga que adquirir de otras localidades, encareciendo la materia prima per se; por solo ejemplificar, se tuvo inconvenientes con el grado de madurez de la papaya.

Otros inconvenientes claves para procesar fueron la cobertura de agua, dotada en horarios fraccionados (mañana y tarde), esto se agravó en épocas de estiaje, donde ya la escasez del recurso hídrico es crítico lo cual condiciona a trabajar en horas muy tempranas que garantizaban el lavado y desinfección correcta de la fruta, hortalizas y hierbas aromáticas, el segundo y no por ello menos importante, fue el fluido eléctrico que, en meses de lluvias y tormentas eléctricas, ocasionaron suspensión de fluido eléctrico, por ende, retraso de actividades.

2.6. Prospectiva

En noviembre del año 2021 el equipo técnico del proyecto deshidratado nos presentamos de forma virtual con la empresa «Innovate Scale Canada», debido a la raíz invitación para conocer el posible potencial de nuestra propuesta, en dicha reunión se aprendió que los productos con base tecnológica tienen aceptación comparados a los convencionales, otro aprendizaje fue tener en miras futuras la experiencia en temas logísticos, «solutions management». También, las barreras sanitarias las cuales son cada vez complejas en su cumplimiento.

2.7. Difusión en medios de comunicación masiva

El 67,79% de la población de Angaraes tiene un teléfono móvil, medio esencial para la conectividad, interacción y socialización (INEI, 2017). Una mira local refleja basados en el Censo 2019 que, de las 7 redes sociales masificadas, los estudiantes de UDEA hacen uso de tres a saber que, son de su preferencia: Facebook 72% (163), WhatsApp 19% (42) y un 6% (14) YouTube. En base a ello, se socializó las experiencias en nuestros medios sociales para una mayor difusión como fue en Andinos te (infusiones), Harina de espinaca (valor agregado a la espinaca) y frutas deshidratadas (tuna deshidratada local).

2.8. Participación de genero

La población estudiantil en 2020 en UDEA del género femenino corresponde al 67% (152), mientras que los varones al 33% (74). La participación de bolsistas no fue intencional, puesto que al realizar las convocatorias se presentaron los estudiantes con mejores calificaciones, si en ello se tiene preponderancia femenina, por sí mismo, ya están seleccionadas.

En todo el desarrollo del proyecto de deshidratado de frutas, espinacas e infusiones herbales y frutales cobró mayor dimensión la participación femenina desde los bolsistas hasta los responsables de proyectos.

2.9. Democratización

Así UDEA cada año implementa la convocatoria para bolsistas, se tiene aceptación y cobertura por estudiantes quienes solicitan este tipo de ayuda ante Bienestar Universitario de la Dirección de Responsabilidad Social. Las necesidades económicas son diversas y ven en ello un apoyo, así sea bajo una jornada laboral de 3 horas por día; tal es el caso que una madre de hogar monoparental que sostiene el hogar de 5 integrantes vendiendo gelatinas en la puerta del mercado de basto, no tiene un puesto fijo para ello, otros hogares tienen a un miembro de familia que trabaja.

3. Experiencias aprendidas

En UDEA, la incubadora de empresas (UDEA Emprende) es de reciente creación y fue fortalecida por un proyecto financiado por EE. UU que, ayudo a mejorar instalaciones con prospectiva de generar nuevos y novedosos productos. Es un área que requiere constantemente trabajadores (bolsistas).

3.1. Mujer y educación

En primer lugar, la reducida autonomía económica se traduce en ausencia o nulidad de ingresos económicos propios per se pobreza individual INEI (2018), la evidencia sugiere según el último censo que, la población masculina tiene mayor preferencia a asistir a instituciones educativas frente a las mujeres, es decir 57 202 versus 55 222 en Huancavelica, podría entenderse ello por la tasa asimétrica de oportunidades. En UDEA el 67% de 226 estudiantes censados corresponde a población femenina, quienes a futuro estarán conformando la fuerza laboral necesaria en la región.

En segundo lugar, el Índice de Desigualdad de Género (IDG) incrementa cuando las tres dimensiones de salud reproductiva, empoderamiento y mercado laboral son dispares entre ellas, ello tiene implicancias en el IDH peruano, para el 2019 estuvo en 0,3859. Las brechas de género en ingreso laboral bordean el 1,5% IPE teniendo sólo el 25% de mujeres que trabajan con un salario INEI, no obstante que, este nivel de ingreso por trabajador es paupérrimo en Huancavelica de sólo S/. 647.00 versus S/. 1258.00 a nivel nacional (IPE, 2021).

En tercer lugar, la desigualdad de oportunidades es identificada en UDEA, el censo resume la diferencia de escolaridad marcada de padres de familia, en primaria el 60% (135) corresponde a padres, siendo superados por las madres 76% (172), tal efecto sólo es en esta etapa. Luego cambia el panorama en secundaria, donde son, los padres quienes tienen preponderancia 26% (59) versus madres 14% (32), estas cifras permiten entender la importancia de escolaridad en padres de familia y la repercusión en generaciones futuras. La menor frecuencia se ha encontrado padres y madres con educación superior 9% (20) y 5% (12) correspondientemente. Así UDEA fomenta en las bolsitas nuevas perspectivas en su familia en ser profesionales y posiblemente en su lugar de origen, responsabilidad enorme en sus hombros, puesto que serán las primeras en ser llamadas a prestar soluciones debido a su formación académica (Adinehzadeh, et al., 2018).

3.2. Empresas sociales e innovación

La fuerza laboral Huancavelicana emigra a tres regiones de mayor expectativa laboral, a saber, Junín con 43,7% es el destino de mayor preferencia, Lima y Ayacucho con 32,8% y 43% respectivamente debido a su cercanía (INEI, 2018). Este bono demográfico es en respuesta a una serie de grandes problemas sociales, en contestación a ello, la innovación social pública y privada debe brindar soluciones con sostenibilidad más aún si adoptan tecnologías (Pompo et al., 2020).

La generación de proyectos innovadores en universidades no solo debe ser considerados como potenciales canales de comercialización, como lo explican Klinecicz et al. (2022), sino debe triangular conocimiento, empresa y desarrollo económico social, al ser una plataforma de co-creación y formulación de soluciones, más aún si forman parte de las asociaciones públicas privadas (APP). En términos de generación de redes o conexiones de conocimiento Arza et al. (2018), explican la importancia del aprendizaje adquirido en términos de capital intelectual para captar las enseñanzas impartidas; mientras más instruido este la comunidad o sector habrá una mejor respuesta, adaptación y adopción.

Si las empresas innovan, tienen el desafío de permanecer ante resultados adversos a lo esperado, ello consiste en no solo tener ideas con impacto mercantil, sino que sepan interpretar el real motivo del fracaso. Así Velázquez (2021), identifica tres problemas claves en las empresas que dan por terminado la innovación, generando impacto económico negativo por pérdida de recursos y tiempo tanto en la investigación como en el desarrollo, un equipo poco resiliente al cambio una reducida capacidad y destreza al momento de hacer que las innovaciones sean más tangibles o reales, y por otro lado, está la reducida óptica exponencial de los líderes, sin iniciativas que en conjunto conducen a dar de baja a la empresa.

Respecto a la innovación y emprendimiento Harman (2021), concluye que, la figura institucional debe ser de soporte vertebral y sustento, optimizando las capacidades emprendedoras, apoyándose en políticas públicas desde el nivel nacional hasta regional orientadas en ciencia, tecnologías e innovación, sin dejar de lado la propia intervención e interacción de los propios emprendedores, los cuales podrían aproximarse a ser exitosos si tuvieran un perfil holístico con capacidades emprendedoras, ligadas fuertemente a su profesión si fuera

el caso y conectada a su proyecto tecnológico, considerando también el entorno sus condiciones y la estrecha relación y vinculación del emprendedor con él.

4. Conclusiones

En primer lugar, las bolsistas han cumplido con el proyecto negocios en Lircay Universidad para el Desarrollo Andino. En segundo lugar, el startup cumple con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 5 y 8. Finalmente, hemos cumplido con nuestra visión y misión institucional en favor de nuestras estudiantes como lo hubiera deseado la fundadora.

Referencias

- Adinehzadeh, R., Jaffar, R., Shukor, Z.A., & Abdul-Rahman, M.R.C. (2018). The mediating role of environmental performance on the relationship between corporate governance mechanisms and environmental disclosure. *Asian Academy of Management Journal of Accounting & Finance*, 14(1), 153-183. <https://doi.org/10.21315/aamjaf2018.14.1.7>
- Andino's Té (Ed.) (2022). *Facebook*. <https://bit.ly/3znL3Q4>
- Arza, V., Marín, A., López, E., & Stubrin, L. (2018). Redes de conocimiento asociadas a la producción de recursos naturales en América Latina: análisis comparativo. *Revista de la CEPAL*, 125, 100-121.
- Harman, C. (2021). *Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto Ramp Perú*. [Master Dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Instituto Peruano de Economía (Ed.) (2021). *Índice de Competitividad Regional*. <https://bit.ly/3OnMDpu>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, Perú: Brechas de género (Ed.) (2020). *Avance hacia la igualdad de mujeres y hombres*. <https://bit.ly/3aXZlxt>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, Huancavelica resultados definitivos (Ed.) (2018). <https://bit.ly/3OopXW4>
- Instituto Nacional de Salud (Ed.) (2019). *Centro Nacional de Alimentación y Nutrición Perú: Enfermedades no transmisibles y trasmisibles*.
- Loayza, A. (2019). Desagrarización del empleo femenino rural y tiempos de trabajo en el Perú. *Investigaciones Sociales*, 22(42), 223-243. <https://doi.org/10.15381/is.v22i42.17490>
- Klincewicz, K., Zatorska, M., & Wielicka, R. (2022). The Role of higher education in creating socially responsible innovations: A case study of the EIT food RIS consumer engagement labs project. In C.G. George Washington University (Eds.), *Social innovation in Higher Education: Landscape, practices, and opportunities* (pp. 185-193). Springer. <https://bit.ly/3ISS4LY>
- Organización Mundial de la Salud (Ed.) (2018). *Alimentación sana*. <https://bit.ly/2E9vSy4>
- Pompo, C., Gupta, R., & Stankovic, M. (2018). *Servicios sociales para ciudadanos digitales: oportunidades para América Latina y el Caribe*. Inter-American Development Bank.
- Schio, N.S., Mazzioni, S., Moura, G.D., & Dal-Magro, C.B. (2019). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentávele as empresas participantes do mercado acionário brasileiro*. Anais USP Internacional Conference in Accounting. <https://bit.ly/3IXlJny>
- Velázquez, A. (2021). *La industria que se encuentra en peligro de extinción*. Red Forbes. <https://bit.ly/3yYb8Ut>

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educocomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educocomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educocomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

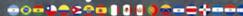
Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva