

ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN, DESARROLLO
Y GESTIÓN DE PROYECTOS

**Plan de diseño de un centro de emprendimientos de mujeres
para la Asociación Venezolana de Mujeres.**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en
Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:**
Giménez Jiménez, Lorena Aymara
CI.14.381.164

Asesorado por:
Asesora de Seminario: Sarache, Xarifa
Asesora Académica: Odreman, Karina

Caracas, febrero 2023.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN, DESARROLLO
Y GESTIÓN DE PROYECTOS

**Plan de diseño de un centro de emprendimientos de mujeres para
la Asociación Venezolana de Mujeres.**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en
Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:**

Giménez Jiménez, Lorena Aymara
CI - 14.381.164

Asesorado por:

Asesora de Seminario: Sarache, Xarifa
Asesora Académica: Odreman, Karina

Caracas, febrero 2023

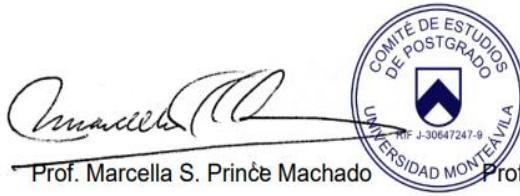


**Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos**

Quienes suscriben, profesores evaluadores nombrados por la Coordinación de la Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: **“Plan de diseño de un centro de emprendimientos de mujeres para la Asociación Venezolana de Mujeres”**, presentado por el ciudadano: **Giménez Jiménez, Lorena Aymara**, cédula de identidad N° **14.381.164**, para optar al título de Especialista en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, dejan constancia de lo siguiente:

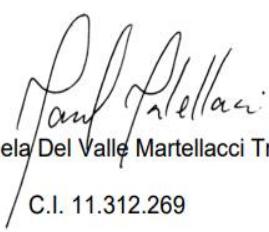
1. Su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día **10 de febrero de 2023**, en el aula tres, en la sede de la Universidad.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de sus autores, en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo los profesores decidieron otorgar la calificación de Aprobado “A” por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

En Caracas, el día **10 de febrero de 2023**.



Prof. Marcella S. Prince Machado

C.I. 5.003.329.



Prof. Mariela Del Valle Martellacci Trujillo

C.I. 11.312.269

Dedicatoria

A las mujeres que se plantan ante el mundo como sujetas históricas, y que con su accionar diario van mellando el vetusto proceso de socialización objetificante que aún busca subyugar.

A los hombres aliados, quienes conscientes de esta situación contribuyen al proceso enmancipador.

Aquellas, como yo, necesitamos aprender a gestionar la angustia ante incertidumbre. Sirva esta dedicatoria para reafirmar que el logro se construye con la contribución de muchas voluntades y para que confiemos en nuestras capacidades reflexivas y transformadoras.

Agradecimientos

A la Asociación Venezolana de Mujeres por su interés y colaboración en este proyecto.

A la Asesora Karina porque sus inputs y contacto reiniciaron mi inspiración.

A la Asesora Xarifa que me abrió espacio y confió en mis capacidades.

A Albania por su acompañamiento e invaluable guía.

A mi linaje familiar siempre comprometido con el bienestar de las trabajadoras venezolanas.

A mis padres, mis mejores aliados, apoyando constantemente todos mis proyectos.

COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN,
DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

**Plan de diseño de un centro de emprendimiento de mujeres para la
Asociación Venezolana de Mujeres**

Autora: Gimenez Jimenez, Lorena Aymara.

Asesores: Xarifa Sarache; Karina Odreman

Año: 2023

Resumen

El objetivo de este trabajo fue desarrollar un plan de diseño de un centro de emprendimiento para la Asociación Venezolana de Mujeres (AVM) en Caracas, aplicando la metodología de Marco Lógico. Se adoptó un enfoque mixto de investigación, empleando la observación y una encuesta diseñada ad hoc en Formularios de Google, la cual fue respondida por 155 mujeres de la AVM. Mediante la estadística descriptiva, fue posible definir el perfil de estas mujeres a las que apoya la AVM con base en la información recolectada como: edad, nivel académico, estado civil, conformación del núcleo familiar, personas bajo su cuidado, situación laboral, fuentes y nivel de ingreso, interés en creación de centro de emprendimiento, modalidad, tiempo de participación, servicios ofrecidos por el centro y dificultades percibidas al momento de emprender. Después de obtener los resultados del instrumento, se procedió a llevar a cabo el Análisis de Problemas, de Participación, de Objetivos y de Alternativas para cumplir con los pasos de la metodología de Marco Lógico y diseñar la matriz correspondiente como resultado y respuesta al objetivo. En el contexto de la investigación, se consideró que para que el impulso emprendedor de las mujeres en Venezuela no se pierda en el tiempo, se requiere recibir herramientas que permita navegar su proceso emprendedor de manera exitosa. Por último, se recomendó que para pasar a la fase de ejecución seguir considerar incluir actividades orientadas a apoyar el autoempleo, así como costos asociados, responsables y tiempos institucionales. Igualmente, se recomendó evaluar la posibilidad de ampliar el alcance del centro una vez cumplidos los cuatro (4) años de funcionamiento incorporar las necesidades de la emprendedora propietaria en su fase de consolidación del proceso emprendedor.

Línea de Trabajo: Proyectos de responsabilidad social

Palabras clave: centro de emprendimiento, Marco Lógico, Asociación Venezolana de Mujeres

Índice de Contenido

| | |
|---|-----|
| Contenido | |
| Dedicatoria | iv |
| Agradecimientos | v |
| Resumen | vi |
| Índice de Contenido | vii |
| Índice de Figuras | ix |
| Índice de Tablas | x |
| Lista de Acrónimos y Siglas | xii |
| Introducción | 1 |
| CAPÍTULO I. EL PROBLEMA | 3 |
| Identificación de necesidad/es y/o problemas | 3 |
| Planteamiento del problema | 6 |
| Contexto internacional. | 6 |
| Contexto nacional. | 7 |
| Objetivos del proyecto | 8 |
| Justificación e importancia | 9 |
| Alcance y delimitación del proyecto | 9 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO | 12 |
| Antecedentes | 12 |
| Bases teóricas | 14 |
| Revisión documental sobre los centros con enfoques similares en Venezuela | 16 |
| Bases legales | 17 |
| CAPÍTULO III. MARCO ORGANIZACIONAL | 19 |
| Historia de la institución, constitución y objeto social | 19 |
| Marco filosófico | 19 |
| Misión. | 20 |
| Visión. | 20 |
| Valores. | 20 |
| Marco legal | 20 |
| Organigrama | 20 |
| Estructura física, personal y programas de trabajo | 21 |

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO | 23 |
| Tipo de investigación | 23 |
| Diseño de investigación | 24 |
| Cuadro de variables por objetivo | 24 |
| Población y muestra | 25 |
| Técnicas y herramientas de recolección y procesamiento de los datos | 26 |
| Presentación y análisis de los resultados | 26 |
| Metodología del Proyecto | 32 |
| CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA | 35 |
| Análisis de problemas | 35 |
| Análisis de Objetivos | 39 |
| Análisis de Alternativas | 41 |
| Estructura analítica del Proyecto | 42 |
| Resumen narrativo de objetivos | 44 |
| Indicadores, Supuestos y Medios de verificación | 46 |
| Actividades | 52 |
| CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 58 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 61 |
| APÉNDICES Y ANEXOS | 64 |
| Apéndice 1. | 64 |
| Apéndice 2. | 69 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Organigrama de la AVM | 21 |
| Figura 2. Análisis de Problemas | 37 |
| Figura 3. Análisis de Objetivos | 40 |
| Figura 4. Estructura analítica del Proyecto | 42 |

Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Cronograma | 10 |
| Tabla 2. Cronograma Enero- Febrero 2023 | 11 |
| Tabla 3. Instrumentos legales | 17 |
| Tabla 4. Instrumentos que regulan la actividad comercial, la conformación de empresas y definen el emprendimiento..... | 17 |
| Tabla 5. Cuadro de variables | 24 |
| Tabla 6. Análisis de involucrados..... | 38 |
| Tabla 7. Resumen narrativo de objetivos..... | 44 |
| Tabla 8. Edad..... | 69 |
| Tabla 9. Nivel académico..... | 69 |
| Tabla 10. Estado civil actual | 69 |
| Tabla 11. Núcleo familiar | 70 |
| Tabla 12. Hijos | 70 |
| Tabla 13. Cantidad de hijos | 70 |
| Tabla 14. Hijos menores de edad | 70 |
| Tabla 15. Situación laboral..... | 71 |
| Tabla 16. Jefa de hogar | 71 |
| Tabla 17. Fuentes de ingreso | 71 |
| Tabla 18. Nivel de ingreso mensual actual | 71 |
| Tabla 19. Personas bajo cuidado..... | 72 |
| Tabla 20. Condición personas bajo cuidado | 72 |
| Tabla 21. Conocimiento sobre que es un emprendimiento | 72 |
| Tabla 22. Deseo de impulsar algún emprendimiento o actividad próximamente .. | 72 |
| Tabla 23. Área de interés de su emprendimiento o proyecto de negocio | 73 |
| Tabla 24. Conocimiento de institución que brinde asesoría..... | 74 |
| Tabla 25. Nombre de la institución..... | 74 |
| Tabla 26. Interés en contar con un Centro de emprendimiento de mujeres | 75 |
| Tabla 27. Modalidad de preferencia para asistir al centro | 75 |
| Tabla 28. Tiempo disponible para asistir al servicio del centro | 76 |
| Tabla 29. Servicios ofrecidos por el centro | 76 |

Tabla 30. Dificultades percibidas para emprender..... 77

Lista de Acrónimos y Siglas

| | |
|----------------|---|
| AVM | Asociación Venezolana de Mujeres |
| CEDAW | Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer |
| CEICSMZ | Centro de Emprendimiento e Innovación Casa Social de la Mujer de Zipaquirá |
| CEPAL | Comisión Económica para América Latina y el Caribe |
| GEM | Global Entrepreneurship Monitor |
| GENICA | General de Alimentos Nisa, Compañía Anónima |
| GIZ | Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit |
| IESA | Instituto de Estudios Superiores de Administración |
| INE | Instituto Nacional de Estadísticas |
| OIT | Organización Internacional del Trabajo |
| SELA | Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe |
| TEG | Trabajo Especial de Grado |
| UNESCO | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura |
| ZOPP | Ziel Orientierte Projekt Planung |

| | |
|---------------------|---|
| CONINDUSTRIA | Confederación Venezolana de Industriales |
| PYME | Pequeñas y medianas empresas |
| SENIAT | Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria |
| SAREN | Servicio Autónomo de Registros y Notarías |

Introducción

El emprendimiento constituye uno de los motores de crecimiento, transformación y desarrollo de todos los países y regiones (Hessels y Terjesen, 2008). Además, es el resultado de una relación entre actitud, cultura y la capacidad que poseen las personas para crear o desarrollar negocios para dar respuesta a situaciones del mercado, teniendo en cuenta las condiciones del entorno (Gutiérrez et al., 2017).

A través del emprendimiento se busca enmendar los rezagos, demandas y exigencias de las sociedades contemporáneas para mejorar las condiciones de vida de la población más vulnerable como es el caso de las mujeres. En este sentido, el presente Trabajo Especial de Grado (TEG) pretende desarrollar un plan de diseño de un centro de emprendimiento para la Asociación Venezolana de Mujeres (AVM) en Caracas, aplicando la metodología de marco lógico.

Para el logro de este objetivo se ha planteado el desarrollo de un proyecto orientado al emprendimiento, cuya estructura se presenta en seis capítulos.

El primero de ellos está integrado por los apartados correspondientes a la identificación de necesidades y/o problemas, el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación e importancia, el alcance y delimitación del proyecto y el cronograma de ejecución del proyecto.

El segundo capítulo corresponde al marco teórico, el cual está integrado por los antecedentes, las bases teóricas y las bases legales.

El tercer capítulo está conformado por el marco organizacional, cuyo contenido describe la historia de la AVM, su constitución y objeto social, así como el marco filosófico y el marco legal de la organización. Además, se presenta el organigrama y se describe la estructura física, personal y mercado.

El cuarto capítulo corresponde al marco metodológico. Por lo tanto, se menciona la línea de trabajo y se describe el tipo y diseño de investigación, además de las variables involucradas. Por otra parte, se indica la muestra de estudio, las técnicas y herramientas de recolección y procesamiento de los datos,

explicando el procedimiento de análisis y la metodología del proyecto; es decir, los pasos del Marco Lógico.

El quinto capítulo está integrado por los apartados correspondientes al desarrollo de la propuesta. Al respecto, se ha considerado desarrollar la formulación del problema y alcance, el análisis de involucrados, de problemas y de objetivos, así como la estructura analítica del Proyecto, el resumen narrativo de objetivos, los indicadores, los medios o evidencias de verificación, los supuestos o hipótesis y la planificación del Proyecto, así como su seguimiento y evaluación.

En el sexto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones para listar seguidamente las referencias bibliográficas y presentar la sección de apéndices y anexos.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

Este capítulo está integrado por seis apartados, cuyo contenido ha permitido identificar la necesidad/es y/o problemas y elaborar el planteamiento del problema, teniendo en cuenta el contexto internacional y nacional. Seguidamente, se plantean el objetivo general y los objetivos específicos para luego ofrecer argumentos que permiten justificar el estudio y resaltar la importancia del tema. Posteriormente, se señala el alcance y delimitación del proyecto para presentar, en un último apartado, el cronograma de ejecución del proyecto.

Identificación de necesidad/es y/o problemas

En los últimos diez años, de acuerdo a datos del Observatorio de Complejidad Económica del Instituto de Tecnológico de Massachusetts, en Estados Unidos (2022), la economía venezolana ha sufrido importantes contracciones. En ese periodo de tiempo paso de ser la economía # 61 en 2010 a la #109 en 2020. De esta situación da cuenta también Conindustria (2021) en la Encuesta Cualitativa de Coyuntura Industrial correspondiente al IV trimestre del 2020 en la que reportó que durante los últimos 10 años (2011-2021), el PIB real del sector manufacturero nacional había descendido en -94%.

Según los datos recogidos en la encuesta, más de la mitad de las empresas consultadas reportan que sus niveles de utilización de la capacidad instalada están por debajo del 20.5%, siendo el sector de las pequeñas y medianas empresas (PyMes) el más afectado y ubicando al país en el mismo nivel de desarrollo industrial que en 1953. El estudio arrojó que el principal problema que las empresas identifican en sus negocios sigue siendo el bajo nivel de ventas, producto de la baja demanda, la falta de financiamiento y la reducida capacidad crediticia de la banca venezolana. Además, a estas condiciones se suman la precariedad de los servicios básicos y la escasez de combustible para el transporte y operaciones diarias, problemas que afectaron a más del 50% de las empresas (Conindustria, 2021).

Ante estas circunstancias en el país, las personas se han abocado hacia la actividad informal o trabajos por cuenta propia. Esta transición se ha dado como

respuesta a resolver necesidades inmediatas y con vacíos que admiten la discrecionalidad o la ausencia de condiciones elementales para el desarrollo de negocios y/o emprendimientos sostenibles.

Por su parte, las cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) para 2018, muestran que de los 31.793.790 de venezolanos y venezolanas, había 23.618.830 en edad de trabajar, es decir el 75% de la población. De estas, 15.011.108 personas declaraban encontrarse ocupadas en los sectores formales e informales de la economía nacional, de los cuales 8.611.300 eran hombres, representando un 57%, en contraposición con las mujeres quienes sumaban 6.399.808 o un 43% (INE, 2018).

Dentro de las personas activas laboralmente, la brecha existente entre hombres y mujeres se incrementa cuando se observa el sector informal, integrado, según la clasificación del INE, por personas que trabajan en empresas de 1 a 4 personas. En este sector, los hombres representan el 65% de los trabajadores por cuenta propia a diferencia de las mujeres, quienes representan el 35%. Mientras que aquellos que se reconocen a sí mismo como patrones o empleadores representan el 1% del sector informal y se encuentra representado por 88% hombres, en contraposición con el 12% de mujeres (INE, 2018).

Estas cifras contrastan con lo expuesto en el informe publicado por el Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés) (2011) en el que, si bien no se señalan brechas en el espíritu emprendedor entre hombres y mujeres (52% y 48% respectivamente) las dificultades devienen posteriormente en las limitaciones que encuentran los emprendimientos en Venezuela para mantenerse en el tiempo.

Estas brechas afectan de manera diferenciada a las mujeres emprendedoras. Así da cuenta el informe “Desarrollando Mujeres Empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES” publicado por la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) (2010), el cual reconoce que los emprendimientos dirigidos por mujeres en la región presentan características comunes, que las hace más

propensas a una “mortalidad temprana empresarial”. El informe identifica las siguientes características:

- Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres, puesto que empiezan con escaso capital.
- La conciliación entre vida familiar y empleo se resuelve en la mayoría de los casos cuando el emprendimiento se desarrolla dentro de la esfera doméstica.
- La necesidad económica es la razón principal por la cual las mujeres suelen emprender, más que el deseo de desarrollar una idea innovadora o la identificación de una oportunidad.
- El sector servicios predomina en los casos de emprendimientos por lo que suelen estar mejor posicionados para atender nichos pero son más susceptibles a los vaivenes del mercado.
- La falta de educación financiera es señalada como una de las dificultades estructurales que enfrentan las mujeres para que sus empresas crezcan en el tiempo.

A esta tendencia, se suma la asignación social de los trabajos de cuidado no remunerados. Según los datos aportados en el Informe regional complementario para América Latina y el Caribe, emitido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2022), “ya antes de la pandemia causada por la Covid-19, las mujeres dedicaban tres veces más tiempo que los hombres al trabajo de cuidados no remunerado” (p.66).

En el caso venezolano, para 2018 según datos publicados por el INE, 2.892.508 de mujeres se dedicaban a quehaceres del hogar, representando un 88% de trabajo no remunerado, en contraste con sus pares masculinos quienes tan sólo representaban un 11%, es decir 359.319 hombres (INE, 2018). Estos datos dan cuenta de las barreras que enfrentan las venezolanas, las cuales son similares a las identificadas en la región, en cuanto al tiempo dedicado a trabajos de cuidado no remunerado.

En consecuencia, en ocasiones las mujeres que deciden emprender lo hacen desde sus propios hogares, como forma de generar ingresos adicionales para sus familias, con escaso financiamiento y en el sector servicio.

A partir de esta realidad y con la visión de brindar oportunidades para quienes aún en estas circunstancias desfavorecedoras, deciden quedarse en el país y deciden emprender, es preciso afirmar que se requiere de centros dedicados a atender las necesidades diferenciadas y requerimientos de las mujeres emprendedoras en la actualidad en Venezuela.

Planteamiento del problema

Contexto internacional.

El emprendimiento se ha configurado como una política promovida desde el objetivo 8 de la Agenda 2030, cuya finalidad es la promoción del empleo para impulsar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, con el propósito de mejorar la economía; especialmente de la población más vulnerable (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2015). La ruta a seguir en el emprendimiento ha sido establecida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Este ente ha reconocido la importancia de aportar soluciones a uno de los graves problemas que aqueja a los países de menores ingresos per cápita en materia de empleo y resalta la importancia del emprendimiento para el desarrollo de las regiones.

Por su parte, durante la 96^a Reunión de la Conferencia del Trabajo de la OIT, celebrada en Ginebra en 2007, se acordó en la Declaración sobre la Promoción de Empresas Sostenibles la necesidad de promover las empresas sostenibles y reconociendo el papel gubernamental y social como factor clave para desarrollar el espíritu empresarial, la innovación, la creatividad, en particular para las nuevas empresas, teniendo como grupos objetivo a las mujeres y los jóvenes, buscando garantizar a través de ello el acceso a trabajos decentes (OIT, 2007).

A partir de ese momento, la OIT ha destinado esfuerzos, conformando el programa sobre el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer, el cual tiene como objetivo con sus asociados incrementar las oportunidades económicas para las mujeres emprendedoras, apoyándolas en la creación, fortalecimiento y expansión de sus empresas (OIT, 2008).

Contexto nacional.

Motivadas por las circunstancias políticas, económicas e históricas determinantes que atraviesa Venezuela, las mujeres se han visto en la necesidad de dedicarse a la actividad informal, a través del auto empleo y el emprendimiento.

Al respecto, el informe ejecutivo de Venezuela 2009-2010, presentado por GEM (2011), arrojó que en el país existen aproximadamente 2.312.441 emprendedores nacientes, 924.629 propietarios de nuevos negocios, para un total de 3.237.070 personas en actividad emprendedora temprana.

De estas cifras, el 52% son emprendimientos liderados por hombres, mientras que las mujeres representan el 48%. Esta situación da cuenta que en Venezuela se cuenta con un clima propicio para que ambos sexos se incorporen al emprendimiento.

No obstante, el mismo informe también indica que los propietarios de empresas establecidas son aproximadamente la tercera parte, con una cifra de 1.127.597, indicando con esto que sólo 1 de cada 3 emprendimientos alcanza su fase de consolidación. Esto denota las dificultades que tienen los emprendimientos en Venezuela para mantenerse en el tiempo. Es decir, se crean muchas empresas, pero la esperanza de vida de las mismas es limitada (GEM, 2011).

Ante este escenario, el mismo informe no señala que los emprendimientos iniciados por mujeres tienen una mayor tasa de cierre temprano o no alcanzan la fase de consolidación. Al tiempo que el impulso emprendedor de las venezolanas se concentra en el segmento D de la población (media baja –incluyendo pobreza moderada), y se concentran en actividades relacionadas a los sectores de

alimentos, estética y confección de moda y son emprendimientos mayormente iniciados por necesidad (GEM, 2011).

Este fenómeno se da bajo una multiplicidad de factores diferenciados para las mujeres con respecto a los hombres, que requieren ser analizados y estudiados. Abordarlos de manera temprana y efectiva coadyuvará en el avance y consecución de los objetivos de las emprendedoras, además de apoyar su desarrollo económico, tanto familiar como para sus comunidades, buscando generar en el mediano y largo plazo a generación de empleos sostenibles.

El informe de GEM analiza diversos elementos que pudieran estar causando esta situación. Entre ellos, se destaca que desde el punto de vista de la persona que emprende, la formación empresarial puede ser inadecuada. Por lo tanto, los esfuerzos por proveer la adquisición de conocimientos y herramientas gerenciales pudieran contribuir con el mejoramiento de la probabilidad de éxito en la carrera emprendedora de las mujeres.

Bajo estas circunstancias, es que se considera pertinente diseñar un centro de emprendimiento para atender los factores diferenciados de las mujeres emprendedoras y a las asociadas de la AVM durante su fase de inicio del proceso emprendedor.

Objetivos del proyecto

Objetivo general.

El objetivo general de este trabajo es desarrollar un plan de diseño de un centro de emprendimiento de mujeres para la Asociación Venezolana de Mujeres (AVM) en Caracas, aplicando la metodología de marco lógico.

Objetivos específicos.

- Realizar un diagnóstico participativo en las mujeres de la AVM que tengan la intención de emprender.

- Definir el perfil de las mujeres emprendedoras en base al diagnóstico realizado.
- Caracterizar el enfoque del centro para apoyar la fase de inicio de los emprendimientos iniciados por mujeres.
- Generar el plan de diseño de un centro de emprendimiento de mujeres, con metodología marco lógico.

Justificación e importancia

Este trabajo académico está dirigido a desarrollar un plan de diseño de un centro de emprendimiento para la Asociación Venezolana de Mujeres (AVM) en Caracas, aplicando la metodología de marco lógico.

En este sentido, la justificación del trabajo obedece al interés de la autora por capacitar a las mujeres emprendedoras, aplicando la metodología de marco lógico. Entre las razones para ello se tiene que el marco lógico es una herramienta ampliamente utilizada para la planificación de proyectos sociales y de desarrollo que permite identificar el problema, generar alternativas de solución y seleccionar estrategias de atención a las mujeres emprendedoras.

En la Venezuela actual, se requiere de un centro que atienda las necesidades y dificultades diferenciadas de las venezolanas emprendedoras, por lo que la importancia de este trabajo reside en la posibilidad de desarrollar un centro que permita brindar a las mujeres con intenciones de emprender de la AVM herramientas adecuadas para mantener o hacer crecer su negocio de manera sostenible. De esta manera, se aspira redundar en bienestar para sus familias y a sus comunidades.

Alcance y delimitación del proyecto

Este trabajo académico se enfocará en las asociadas que forman parte de la AVM y a las mujeres que expresen la intención de emprender o que hayan emprendido en los últimos tres (3) años. Por lo que el plan de diseño del centro buscara atender las necesidades de las emprendedoras durante su fase de inicio.

Cronograma

Siguiendo los lineamientos de la metodología de marco lógico y teniendo presente que la relación con la AVM se formalizó el 15 de diciembre de 2022, es que se presenta el siguiente cronograma de trabajo en las Tablas 1 y 2.

Tabla 1. Cronograma

| Noviembre 2022 | | Diciembre 2022 | | |
|--|--|---|--|---|
| Enero 2023 | | | | |
| Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Se remiten a las asesoras Capítulo I, El Problema, II Marco Teórico y Capítulo III Marco Organización y adelantos del marco metodológico | | Se recibe retroalimentación de una de las asesoras | | |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| | | Reunión con la Junta Directiva de la AVM para presentar el proyecto y discutir el instrumento | | La encuesta empieza a ser contestada |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| Se remite a las asesoras el capítulo IV marco metodológico completado y adelanto del capítulo V, la Propuesta | Se remite a las asesoras borrador de informe de los resultados de la encuesta a la AVM | Se remite a las asesoras avances del Capítulo V, la Propuesta | Reunión con la Presidenta de la AVM para discutir los siguientes pasos | Se remite a las asesoras Capítulo IV completado |
| | | | | 29 Se remite conclusiones y recomendaciones |

Tabla 2. Cronograma Enero- Febrero 2023

| Enero / Febrero 2023 | | | | |
|--|---|---|---------------|---|
| Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes |
| 30 | 31 | 1 Reunión con la Junta Directiva para presentar resultados de la encuesta y discutir árbol del problema | 2 | 3 |
| 6 Entrega de TEG al jurado para revisión | 7 Se inicia semana de presentación de TEG | 8 | 9 | 10 |
| 13 | 14 | 15 Reunión con la Junta Directiva para presentar el documento final | 16 | 11 Culmina semana de presentación TEG |
| | | | | 17 |

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se reseñan estudios a nivel internacional y nacional; se enuncian las bases teóricas y legales además de realizar una revisión documental sobre los centros con enfoques similares en Venezuela.

Antecedentes

En el ámbito internacional y nacional existen investigaciones orientadas al emprendimiento. Sin embargo, en este trabajo resulta de interés reseñar aquellos estudios realizados en el ámbito académico que involucran el diseño de centros y programas de apoyo que buscan favorecer directamente a las mujeres con deseos de emprender, tanto en aspectos de innovación e investigación, como de capacitación.

A nivel internacional, es de importancia el Trabajo de Grado de Maestría realizado por Vanegas Calderón (2022) en Colombia, cuyo objetivo fue analizar la experiencia de los talleres y programas adelantados por el Centro de Emprendimiento e Innovación Casa Social de la Mujer de Zipaquirá (CEICSMZ), en el desarrollo de capacidades de mujeres. Se trató de un estudio de caso cualitativo, focalizado en la sistematización de las experiencias de las mujeres, acompañado de su caracterización sociodemográfica.

Para recolectar la información, se empleó una encuesta estructurada y entrevistas semiestructuradas, analizando resultados mediante la estadística descriptiva y la elaboración de categorías de análisis, respectivamente. Los resultados evidenciaron la apuesta del CEICSMZ por desarrollar, reforzar y profundizar capacidades fértiles como estrategia para el desarrollo de capacidades, resaltando la necesidad de garantizar la continuidad de la formación y el acompañamiento de la generación de emprendimientos y asociaciones nuevas para que las mujeres puedan continuar el desarrollo de sus capacidades (Vanegas Calderón, 2022).

Otra investigación en el ámbito internacional es el Trabajo de Grado de Maestría desarrollado por Arias Becerra (2020) en Perú, cuyo objetivo fue proponer un diseño de programa de emprendimiento que permitirá prevenir la

violencia contra las mujeres en centro poblado menor La Pradera de Pimentel. El estudio se llevó a cabo como una investigación de tipo no experimental y un enfoque cuantitativo, recurriendo a la encuesta como técnica de recolección de datos.

El análisis de estos mediante la estadística descriptiva permitió establecer que, de una muestra integrada por 50 mujeres con edades comprendidas entre 18 a 59 años de edad y que habitan en la jurisdicción de La Pradera de Pimentel, el 68% de las mujeres están casi siempre expuestas a sufrir violencia debido a la dependencia económica.

Asimismo, el estudio determinó que esta dependencia es consecuencia de las pocas oportunidades para estudiar, trabajar o gozar de sus derechos, incrementando la exposición a conductas machistas. Como resultado a estos hallazgos, la autora propone el diseño de un programa de emprendimiento para prevenir la violencia contra las mujeres acorde a la realidad, siguiendo acciones concretas que logren generar auto empleo en las mujeres de la zona de estudio mediante el fortalecimiento de habilidades blandas, de la gestión empresarial, y finalmente del fortalecimiento productivo (Arias Becerra, 2020).

A nivel nacional, es de interés para este trabajo el estudio realizado por Cuevas et al. (2021), cuyo objetivo fue analizar la formación en emprendimiento dirigida específicamente al sector femenino, asumida por Aliadas en Cadena A.C. Se empleó una metodología documental, además de las estadísticas proporcionadas por la organización.

Aliadas en Cadena A.C. cuenta con más de 10 años de trayectoria en el uso estratégico de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para la promoción de los Derechos Humanos de las Mujeres e Igualdad de Género en las comunidades en condiciones de vulnerabilidad en Venezuela. El análisis permitió contextualizar de Aliadas en Cadena a la construcción del país, incentivando el emprendimiento femenino bajo la premisa de que este inserta en las mujeres que se forman para emprender un cambio de paradigma que les hace sentir que pueden lograr sus metas (Cuevas et al. 2021).

Un segundo estudio a reseñar es la investigación de Martínez y González (2020), cuyo objetivo fue develar los elementos determinantes para el éxito del emprendimiento en Venezuela y su pertinencia con la responsabilidad social empresarial. Se trató de una investigación cualitativa, fenomenológica e interpretativa. Para la obtención de la información se realizaron ocho entrevistas en profundidad semiestructuradas a cuatro emprendedoras con perfil de éxito, provenientes del estado Carabobo, Venezuela.

El análisis de los resultados evidenció que los emprendedores venezolanos tienen cualidades personales como perseverantes, innovadoras, resilientes y líderes, las cuales favorecen el desarrollo y permanencia del emprendimiento en la región, contribuyendo al fortalecimiento del tejido empresarial. En este sentido, es fundamental la creación de un ecosistema de emprendimiento que asista a los emprendedores, facilitando la elaboración del proyecto, su desarrollo, ejecución y seguimiento (Martínez y González, 2020).

Bases teóricas

El emprendimiento es un concepto sobre el cual se han definido políticas, productos y ha impulsado economías, pasando a convertirse en conductas y actitudes concretas que se encuentran ligadas a quién lo realiza.

Para este trabajo académico se aborda este fenómeno a la luz del pensamiento de los siguientes autores:

Richard Cantillon (1680 - 1734) introdujo el concepto en su obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général*, proveniente del francés *entrepreneur* (pionero). En esta se define al emprendedor como la persona que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre (Cantillon, 1755).

Joseph Schumpeter (1883-1950), de la Universidad de Harvard, en su libro *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, añade al definir la función de la persona que emprende como la de

reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una

nueva fuente de insumos o un material nuevo o reorganizar una industria (Schumpeter, 1942, p. 118).

Este concepto fue ampliado por Israel Kirzner, economista estadounidense nacido en 1930, en su libro *Competition and Entrepreneurship* (1973), quien desarrolló la teoría del emprendedor añadiendo al concepto que “las personas que emprenden tienden a generar cambios dentro de una situación existente, lo cual tiende a equilibrar los mercados” (Kirzner, 1973, pp.78-79).

Por su parte, el Monitor Global de Emprendimiento (o GEM, por sus siglas en inglés), desde la presentación de su primera investigación en 1999 ha pasado a ser una de las fuentes de información más importantes para dar cuenta del estado del espíritu empresarial y los ecosistemas empresariales en todo el mundo.

En su informe de 2004, GEM comenzó a diferenciar el emprendimiento de acuerdo a su intencionalidad, es decir emprendimiento por oportunidad y necesidad. El emprendimiento por oportunidad representa la naturaleza voluntaria de participación y necesidad, reflejando la percepción individual que la acción presentada es la mejor opción disponible para emplearse, pero no necesariamente es la opción preferida. A diferencia, el emprendimiento por necesidad que se inicia porque se fue forzado por las circunstancias o no se tenía una mejor opción de empleo (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2019).

Dentro de las clasificaciones, el Monitor Global de Emprendimiento también definió el proceso del emprendedor en tres etapas: 1) concepción del emprendimiento; 2) nacimiento del negocio y 3) persistencia. Al tiempo que integra la consideración sobre el ciclo de vida del proceso emprendedor a través del emprendedor/a potencial, nuevo/a empresario/a y emprendedores/as establecidas (GEM, 2011).

Para estudiar los fenómenos diferenciados que afectan a las mujeres con respecto a los hombres al momento de emprender se utiliza la teoría feminista, la teoría institucional y la corriente post-estructural feminista, a través de las cuales se abordan las bases históricas que han excluido a las mujeres de la economía (Zambrano Vargas et al., 2020).

Además del pensamiento de los autores ya mencionados, se ha considerado analizar la teoría feminista desde una perspectiva integrada. Esta sugiere que las mujeres ven sus negocios como sistemas interconectados de relaciones con su mundo social y familiar. Por su parte, la corriente post-estructural feminista desarrolla estas ideas, proponiendo un análisis del lenguaje como una forma de representación de la realidad (Zambrano Vargas et al., 2020).

En ese sentido, se encuentra que las mujeres emprenden menos que los hombres y que sus emprendimientos son iniciados más por necesidad que por oportunidad, enfrentándose, además, a barreras culturales y sociales que hacen que su camino hacia el emprendimiento sea aún más complejo.

Revisión documental sobre los centros con enfoques similares en Venezuela

Seguidamente, se mencionan tres de los centros existentes en Venezuela, los cuales se han desarrollado con un enfoque similar al que se plantea en este Trabajo Especial de Grado.

- El Centro de Innovación y Emprendimiento del IESA, se constituyó en 2003 con la misión de formar individuos capaces de transformar ideas en empresas sustentables, innovadoras y socialmente responsables para generar progreso y bienestar en la sociedad. Para alcanzar este objetivo el Centro de Innovación y Emprendimiento se fundamenta en tres pilares: investigación científica, docencia, y prestación de servicios a emprendedores.
- Centro de Innovación Social para el Emprendimiento. Este Centro se constituyó como Asociación Civil Sin Fines de Lucro en 2010 y nació como respuesta a la necesidad identificada por el Programa Social Empresarial PROGRESAR de la Empresa Cerámicas Caribe, en Chivacoa, Estado Yaracuy.
- Instituto de Gerencia y Estrategia del Zulia, inició sus trabajos en 2017 gracias al impulso que la empresa General de Alimentos Nisa, Compañía Anónima (GENICA) ha querido dar a los emprendimientos en la región

centro occidental del país y como muestra del apoyo del sector privado a la innovación y el emprendimiento en el Zulia.

Bases legales

Para la conformación de un Centro para el emprendimiento de mujeres, el marco normativo venezolano contempla únicamente dos (2) figuras jurídicas, Fundación y/o Asociación Civil sin fines de lucro.

Estas se estipulan en los artículos de los instrumentos comentados en la Tabla 3.

Tabla 3. Instrumentos legales

| Instrumento Legal | Artículo | Comentario |
|---|----------|---|
| Constitución de la República Bolivariana de Venezuela | Art. 52 | Establece el derecho a asociarse. |
| | Art. 87 | Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. |
| | Art. 118 | Derecho a constituirse en sociedades de carácter social. |
| Código Civil | Art. 19 | Las personas jurídicas se pueden constituir en fundaciones. |
| | Art. 20 | Las fundaciones solo podrán crearse con un objeto de utilidad |

Por su parte, el marco jurídico venezolano regula la actividad comercial, la conformación de empresas y define el emprendimiento a través de los instrumentos descritos en la Tabla 4.

Tabla 4. Instrumentos que regulan la actividad comercial, la conformación de empresas y definen el emprendimiento

| Instrumento Legal | Artículo | Comentario |
|--|----------|--|
| Código de Comercio (Gaceta N° 475 Extraordinaria del 21 de diciembre de 1955). | Art. 1 | Este rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes. |
| | Art. 2 | Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de algunos de ellos solamente: |
| | | 4º La comisión y el mandato comercial. |

| | | |
|---|--------|---|
| | | <p>5º Empresas de fábricas o de construcciones.</p> <p>6º Empresas de manufacturas, almacenes, bazares, tiendas, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes.</p> <p>8º Empresas editoras, tipográficas, de librería, litográficas y fotográficas.</p> <p>9º El transporte de personas o cosas por tierra, ríos o canales navegables.</p> <p>11º Empresas de espectáculos públicos.</p> |
| Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos (Gaceta N° 6.656 publicada 15 de octubre de 2021). | Art. 1 | <p>Esta Ley tiene por objeto promover el desarrollo de nuevos emprendimientos y una cultura emprendedora orientada al aumento y diversificación de la producción de bienes y servicios, el despliegue de innovaciones y su incorporación al desarrollo económico y social de la Nación.</p> |
| | Art. 4 | <p>1. Emprendimiento: Actividad económica con fines de lucro ejercida por una o más personas, que adquiere personalidad jurídica con la inscripción en el Registro Nacional de Emprendimiento y tiene una duración de hasta dos años.</p> <p>2. Emprendedora o emprendedor: Es una persona con capacidades para innovar, entendidas estas como las capacidades de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, sustentable, responsable y efectiva.</p> <p>3. Ecosistema Nacional de Emprendimiento: Es una comunidad apoyada por un contexto público de leyes, instituciones y prácticas económicas, formado por una base de organizaciones y personas interactuantes que producen y asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros.</p> |

CAPÍTULO III. MARCO ORGANIZACIONAL

En este capítulo se describe la historia de la AVM, su constitución y objeto social, así como el marco filosófico y el marco legal de la organización. Además de presentar el organigrama de la junta directiva, se describe la estructura física, personal y programas de trabajo.

Historia de la institución, constitución y objeto social

La Asociación Venezolana de Mujeres (AVM) es una de las organizaciones de mujeres más antiguas en Venezuela. Fue fundada el 11 de febrero de 1936, fecha en la que se unieron para enviar un Mensaje al Presidente Eleazar López Contreras, (periodo presidencial 1935-1941) preocupadas por la falta de políticas públicas dirigidas a las mujeres, los niños y niñas, y la familia venezolana en general.

Posteriormente la AVM se incorporó al movimiento de mujeres sufragistas de Venezuela, quedando incorporadas en el Comité Pro Sufragio Femenino de Venezuela en 1944, el cual logró que las venezolanas ejercieran por primera vez su derecho al voto y a ser elegidas en las elecciones para la Asamblea Constituyente del 27 de octubre de 1946 y dejando este derecho consagrado por primera vez en la Constitución de 1947.

Actualmente, la AVM brinda apoyo, asistencia y crecimiento integral en salud, educación, formación y desarrollo humano de las venezolanas, con especial énfasis en impulsar su empoderamiento, a través de programas de apoyo orientados a la atención de las mujeres, niños, niñas y adolescentes, estudiantes y la adulta mayor.

Marco filosófico

Este marco está integrado por la Misión, Visión y Valores de la AVM, información que fue obtenida a través de su página Web y reproduce seguidamente.

Misión.

La Misión de la AVM, tal como es expresado en su página web, es brindar apoyo, asistencia y crecimiento integral a la mujer venezolana como base de la familia y de la sociedad a través del trabajo voluntario de sus asociadas, empleados y mediante alianzas nacionales e internacionales (Asociación Venezolana de Mujeres, 2022).

Visión.

La Visión de la AVM es Ser líderes y protagonistas del desarrollo de la sociedad venezolana (Asociación Venezolana de Mujeres, 2022).

Valores.

Los Valores de la AVM son: compromiso, honestidad, responsabilidad, integridad, ética, vocación de servicio, solidaridad, credibilidad, justicia y respeto (Asociación Venezolana de Mujeres, 2022).

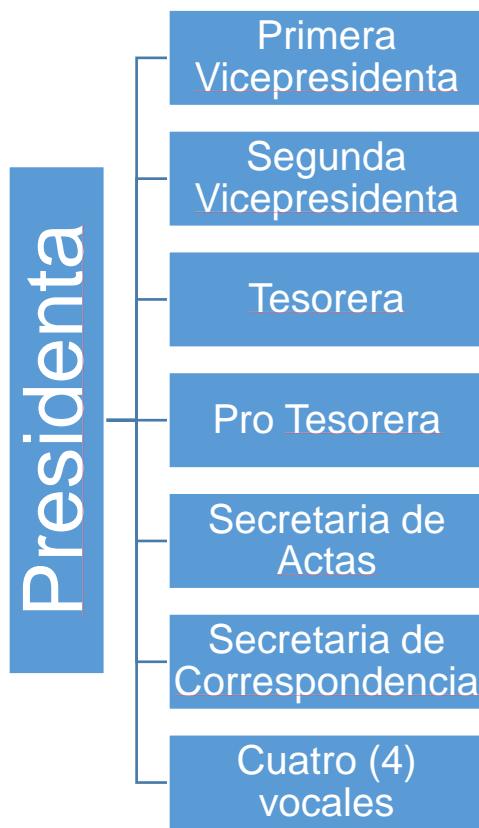
Marco legal

El marco legal de la AVM está constituido por: la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) (Asociación Venezolana de Mujeres, 2022).

Organigrama

Para el período 2021-2023, la Junta directiva de la AVM está integrada de la forma en que se muestra en la Figura 1.

Figura 1. Organigrama de la Junta Directiva de la AVM 2021-2023



Estructura física, personal y programas de trabajo

El centro de emprendimiento de mujeres estará ubicado en la sede de la AVM. Esta se encuentra en la Avenida Presidente Medina en Caracas, Distrito Capital. La Asociación cuenta con la participación de ochenta (80) asociadas, como son referidas las mujeres que participan activamente en los programas y actividades de la AVM; así como siete (7) personas que conforman el personal de planta, quienes apoyan los trabajos sustantivos y operacionales de la Asociación.

Dentro de los programas que viene desarrollando la AVM destacan:

- **Mujeres en Acción.** El objetivo es brindar herramientas para que las mujeres puedan concebir una idea de negocio y apoyarlas en alcanzar su independencia económica y el bienestar de su familia a través de jornadas de formación, asesoría y asistencia técnica.

- **Adopta un Estudiante.** Se trata de un programa creado en 2004 con el propósito que aquellas personas con deseos de contribuir en la educación inicial de niños y niñas de zonas vulnerables lo puedan hacer, costeando becas totales o parciales en el Centro de Educación Inicial “Elisa Ramírez de Zuloaga” durante todo el año escolar.
- **Club de la Tercera Edad.** La Alegría de Vivir es un programa orientado a las mujeres mayores de 55 años que deseen incorporarse a actividades vespertinas y ciclo de talleres.
- **Centro de Salud y Bienestar.** Se trata de un programa de servicios dirigidos a la comunidad a precios solidarios de atención primaria en medicina general, pediatría, psicología para niños, niñas y adultos.
- **Tesoros para la Vida.** Mediante este programa se ofrece talleres móviles a las asociadas de la AVM para el rescate de los valores de las mujeres.
- **Aprender Jugando.** Es un programa dirigido a potenciar las habilidades para el razonamiento lógico y creativo, así como para mejorar el apresto para la lecto-escritura de los niños y niñas de 3 a 6 años de edad del Centro de Educación Inicial “Elisa Ramírez de Zuloaga”.

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo corresponde al marco metodológico. Por lo tanto, se menciona la línea de trabajo y se describe el tipo y diseño de investigación, así como las variables involucradas. Además, se indica la muestra de estudio, las técnicas y herramientas de recolección y procesamiento de los datos, explicando el procedimiento de análisis y la metodología del Marco Lógico.

Línea de trabajo

La línea de trabajo a la cual está inserto este trabajo se denomina Proyectos de responsabilidad social.

Tipo de investigación

La presente investigación fue realizada como una investigación proyectiva. De acuerdo con Hurtado de Barrera (2012), esta investigación comprende la creación, diseño, elaboración de planes, o de proyectos, involucrando, a su vez, la elaboración de una propuesta viable para dar solución a un problema o bien satisfacer necesidades de un grupo social o de una institución a partir de un diagnóstico. En este caso, la propuesta ha sido dirigida a realizar el diseño de un centro de emprendimiento de mujeres para la AVM.

Tal como señala Hurtado de Barrera (2012), la configuración de la investigación proyectiva comprende el estudio de las necesidades actuales de la organización, así como de las condiciones que rodean a la situación, identificando las causas del problema y las ventajas y debilidades de las posibles soluciones para determinar la factibilidad de la propuesta. Por lo tanto, el primer paso en este tipo de investigación es realizar un diagnóstico y seguidamente plantear y fundamentar teóricamente la propuesta para luego establecer el procedimiento metodológico, diseñar las actividades. Además de seguir estos pasos, se ha adoptado la metodología del marco lógico para la elaboración de la propuesta.

Diseño de investigación

Para el logro de los objetivos propuestos en esta investigación se ha adoptado el diseño de una investigación mixta. En consecuencia, se presentan datos analizados cuantitativamente que permiten comprender la situación que originó la propuesta con base en el diagnóstico realizado mediante un cuestionario elaborado ad hoc. Además, la propuesta diseñada está fundamentada en datos cualitativos recolectados mediante la observación y que ha posibilitado conocer la necesidad de la AVM de contar con un centro de emprendimiento de mujeres.

Cuadro de variables por objetivo

En la Tabla 5 se presenta el cuadro de variables por objetivos específicos, integrado por indicadores, técnicas y herramientas y fuente de información. Con ello se busca el logro del objetivo general que consiste en desarrollar un plan de diseño de un centro de emprendimiento de mujeres para la Asociación Venezolana de Mujeres (AVM) en Caracas, aplicando la metodología de marco lógico.

Tabla 5.Cuadro de variables

| OBJETIVO | VARIABLE | INDICADOR | TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS | FUENTES DE INFORMACIÓN |
|--|------------------------|---|-------------------------|----------------------------|
| Realizar un diagnóstico participativo en las mujeres de la AVM que tengan la intención de emprender. | Intención de emprender | Conocimiento sobre qué es un emprendimiento Idea de emprender Área de interés Conocimiento de instituciones que apoyen a las emprendedoras Interés en contar con un centro de emprendimiento Servicios ofrecidos por el centro Dificultades percibidas para emprender | Encuesta | Grupos que integran la AVM |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| Definir el perfil de las mujeres emprendedoras en base al diagnóstico realizado. | Perfil de las mujeres emprendedoras | Modalidad y tiempo de participación Edad Nivel académico Estado civil Núcleo familiar Hijos Personas bajo su cuidado Situación laboral Fuentes de ingreso Nivel de ingreso | Encuesta | Grupos que integran la AVM |
| Caracterizar el enfoque del centro para apoyar la fase de inicio de los emprendimientos iniciados por mujeres Generar el plan de diseño de un centro de emprendimiento, con metodología marco lógico. | Fases de emprendimiento Plan de diseño | Fase de Inicio Análisis de participación Análisis del problema Análisis de objetivos Análisis de alternativas Elaboración de matriz del marco lógico | Encuesta Revisión documental Observación | Grupos que integran la AVM Fuentes documentales AVM Autora |

Población y muestra

En una investigación, la población es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones. En este sentido, la población de estudio estuvo integrada por cinco grupos de mujeres: Junta directiva de AVM, Personal de Planta AVM, Asociadas, Asociadas Emprendedoras y a las mujeres que expresen la intención de emprender o que hayan emprendido en los últimos tres (3) años.

Por su parte, la muestra fue de tipo intencional y estuvo integrada por un total de 155 mujeres, pertenecientes a los grupos mencionados anteriormente,

quienes colaboraron, respondiendo el instrumento diseñado ad hoc. Para su participación se consideró, en principio, el género y la edad, siendo el género femenino y los 18 años la edad mínima los criterios de inclusión para participar en el estudio.

Técnicas y herramientas de recolección y procesamiento de los datos

Además de la observación y revisión documental, se empleó una encuesta diseñada ad hoc para la obtención de la información. La misma fue elaborada en Formularios de Google para ser aplicada en línea y difundida con el apoyo de la AVM.

Dicha encuesta constó de 23 preguntas, con alternativas de respuesta que permitieron estudiar las variables involucradas en el estudio y así lograr los objetivos propuestos. Se trató de un instrumento anónimo, confidencial y de fines exclusivamente académicos. A través de la encuesta, fue posible saber si las mujeres que integraron la muestra de estudio poseen conocimiento sobre lo que significa el emprendimiento; si tenían intención de emprender y área de interés.

A su vez, permitió definir el perfil de estas mujeres a las que apoya la AVM con base en la información recolectada como: edad, nivel académico, estado civil, conformación del núcleo familiar, personas bajo su cuidado, situación laboral, fuentes, nivel de ingreso, interés en creación de centro de emprendimiento, modalidad y tiempo de participación. El instrumento fue validado por juicio de expertas antes de su aplicación.

Presentación y análisis de los resultados

El análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento se llevó a cabo mediante la estadística descriptiva. Por tratarse de un instrumento diseñado en línea, el análisis que se presenta a continuación ha sido realizado con base en la información que ofrece la hoja de cálculo del programa Excel en Formularios de Google.

Edad. Las 155 mujeres que integraron la muestra fueron distribuidas en cinco grupos, cuyos rangos de edad oscilaron entre 18 a 25; 26 a 35; 36 a 50; 51 a 65 y

más de 65 años. Al respecto, se observó que 4 mujeres se ubican en el primer rango (2.60 %); 12, en el segundo (7.70%); 73, en el tercero (47.10 %); 36, en el cuarto (56,10 %) y 10, en el quinto (6,5%), respectivamente. Es decir, que la mayoría de las mujeres de la AVM tienen edades comprendidas entre 36 y 50 años.

Nivel académico. De las 155 que integraron la muestra, 14 mujeres de la AVM cursan actualmente estudios de Secundaria (9%), mientras que la mayoría integrada por 134 mujeres se encuentran en la Educación Universitaria (86,5%) y siete están realizando estudios de Doctorado (4,50%). Estos datos muestran que el nivel académico de la mayoría se corresponde con estudios de tercer nivel.

Estado civil actual. La información obtenida permite señalar que 45 mujeres de la AVM son solteras (29%); 17 mantienen unión estable de hecho (11%); 71 son casadas (45,80%); 16 se encuentran divorciadas (10,30%), mientras que solo cuatro son viudas (2,60 %) y una se encuentra separada (1,60%). Se puede señalar que la mayoría son casadas.

Número de personas que conforman el núcleo familiar. El núcleo familiar de 82 mujeres está integrado por 1 a 3 personas (52,90%), mientras que el de 68 está conformado por 4 a 6 personas (43,90%). Por su parte, cuatro mujeres informaron que su núcleo familiar es de 7 a 9 personas (2,60 %) y solo una informante mencionó un núcleo familiar integrado por más de 10 personas.

Hijos o Hijas. A la pregunta correspondiente, 124 mujeres respondieron afirmativamente (80%), a diferencia de 31 mujeres, quienes respondieron negativamente (20 %).

Cantidad de hijos o hijas. De las 124 mujeres que respondieron afirmativamente la pregunta anterior 44 reportaron tener 1 hijo o hija (28,40%) a diferencia de 80 mujeres, quienes manifestaron tener 2 a 4 hijos o hijas (51,60 %). Ninguna señaló tener más de 5 hijos o hijas (0 %).

Hijos menores de edad. De las 124 mujeres que afirmaron tener hijos, 66 reportaron tener hijos menores de edad (53,23%), mientras que 58 respondieron negativamente a la pregunta de si sus hijos eran menores de edad (46,77%).

Situación laboral actual. De las 155 mujeres encuestadas, 32 respondieron tener empleo a tiempo completo (20,80%); 19 señalaron que su empleo era a medio tiempo (12,30%) y 74 informaron que eran freelance (45,50%). En cambio, 28 mujeres manifestaron estar desempleadas (18,20 %) y dos mujeres señalaron estas jubiladas (3,20 %). Se puede señalar que la mayoría se consideran freelance o emprendedoras.

Jefa de hogar. Al indagar sobre esta variable, la respuesta de 111 mujeres fue afirmativa (71,60%), mientras que 44 mujeres respondieron negativamente a la pregunta (28,40%).

Otras fuentes de ingreso en el hogar. Entre las fuentes de ingreso, 80 mujeres señalaron a la pareja (51,60%); 15, al progenitor (9,70%); 13, a los hijos (8,40%) y 8 a algún familiar (5,20%). Por lo contrario, 39 mujeres encuestadas manifestaron no contar con otros ingresos (25,20%).

Nivel de ingreso mensual actual. Según la información aportada, cabe señalar que, para 60 mujeres, este se encuentra entre 0 a 100 USD (38,70%); el de 71 mujeres es de 100 a 400 USD (45,80%); el de 17 es de 401 a 800 USD (11%) y el de cuatro mujeres oscila entre 801-1000 USD (2,60%). Solo tres mujeres indicaron tener un nivel de ingreso mensual superior a los 1001 USD (1,90%).

Personas bajo su cuidado. A la pregunta formulada, 71 mujeres respondieron afirmativamente (45,80%). Por lo contrario, 84 mujeres respondieron negativamente (54,20 %).

Condición de personas bajo su cuidado. De las 71 mujeres que tienen personas bajo su cuidado, ocho notificaron que cuidan a personas con discapacidad o con algún tipo de discapacidad (11,27%) y cuatro atienden a personas con enfermedad crónica (5,63%). Por su parte, 41 participantes cuidan a adultos mayores (57,75 %). 17 mujeres señalaron tener bajo su cuidado a menores de edad (23,94 %) y una mujer señaló tener una mascota (1,41 %).

Conocimiento sobre qué es un emprendimiento. En relación con esta variable, 152 mujeres afirmaron tener conocimiento al respecto (98,10 %), mientras que tres señalaron no saber qué es un emprendimiento (1,90 %).

Intención de impulsar algún emprendimiento o actividad próximamente. 134 mujeres respondieron afirmativamente a la pregunta formulada (86,50%), mientras que 20 no tienen la intención de impulsar algún emprendimiento (12,90 %). Por su parte, una mujer optó por la opción “tal vez” (0,60%).

Área de interés de emprendimiento o proyecto de negocio. Al indagar al respecto, se consideraron al menos siete alternativas. De estas, 20 mujeres señalaron estar interesadas en la Elaboración de artesanía, escultura y/o manualidades (14,82%); mientras que cinco mujeres indicaron que preferían la Comercialización de productos de primera necesidad (alimentos y/o medicinas) (3,70 %). En cambio, el interés de ocho mujeres es la Comercialización de prendas de vestir (Compra al mayor - Venta al detal) (5,93%); la de siete mujeres es la Belleza (peluquería, estética) (5,19%) y la de 10 es Costura (confección y/o arreglo) (7,41%). Por otro lado, 42 mujeres afirmaron estar interesadas en Gastronomía (preparación de comida, postres, pastelería, panadería, catering, comida rápida) (31,10%) y 11, en Asistencia técnica (mantenimiento de redes, equipos electrónicos, etc.) (8,15%). Además, se consideró una alternativa abierta, la cual fue la opción seleccionada por 32 mujeres (23,70%).

Conocimiento de alguna institución que brinde asesoría comercial, económica, financiera y administrativa a las emprendedoras. Al analizar la información suministrada a la pregunta correspondiente, se obtuvo que 33 mujeres respondieron afirmativamente (21,30%), mientras que 122 mujeres lo hicieron de forma negativa (78,70%).

Nombre de instituciones. De las 33 mujeres que respondieron afirmativamente a la pregunta correspondiente, cinco mujeres citaron la Ucab (15,15%), mientras que cuatro mujeres señalaron a Fundación Empresas Polar (12,12%), y otras cuatro, al Programa Mujeres con Propósito (12,12%). Banesco y Fundes fueron otras instituciones mencionadas por tres mujeres en cada caso (9,09%), seguido de Banmujer y Aliadas en Cadena; cada una mencionada por dos mujeres (6,06%). El resto de las encuestadas mencionó a las siguientes instituciones, con una frecuencia de una mujer por institución, equivalente al 3,03%: Estructura Servicios Profesionales y La Casa del Emprendimiento, Asociación Venezolana de Mujeres, Trabajo y Persona, Poder Femenino, Universidad del emprendimiento es en línea, Banco Mercantil, FreyaCH, Amev de Venezuela, Banco de Venezuela, Canal de Empresarias, Impacthub Caracas, MUU, Fundraising, Embajadas, Innovación LATAM.

Interés en contar con un Centro de emprendimiento de mujeres. Al realizar la pregunta correspondiente, 148 mujeres respondieron afirmativamente (95,50%), mientras que siete eligieron la opción “tal vez” (4,50%).

Modalidad de preferencia para la asistencia al centro. 31 mujeres prefirieron la modalidad presencial (20,10%); 69 optaron por la virtual (44,20%) y 55 indicaron que preferían la modalidad semi- presencial (35,70%).

Horas mensuales disponibles para asistir a los servicios del centro. 38 mujeres señalaron que podrían asistir 1 a 3 horas al mes (24,70 %), mientras que 67 mujeres dispondrían de 4 a 6 horas (43,50 %), 46 mujeres indicaron contar con

al menos siete horas para asistir al centro (29,90 %) y sólo una (1) indicó que contar con +9 horas al mes (0.60%).

Además de la información reportada en el análisis anterior, el instrumento permitió conocer los servicios que le gustaría encontrar en el Centro, así como las dificultades percibidas por las encuestadas al momento de emprender. Estas preguntas fueron presentadas a las participantes como opciones de selección múltiple abierta, por lo que la totalización supera al número total de consultadas. Esta información fue empleada para el plan de diseño del centro de emprendimientos de mujeres para la AVM, considerando la aplicación del Marco Lógico, a saber:

Servicios ofrecidos por el Centro. 113 mujeres señalaron que les gustaría contar con programas de capacitación en mercado y logística (67,7%), 114 mujeres con sesiones de asesoría (comercial, legal, económica, financiera y administrativa (68,3%), 68 mujeres con sesiones informativas en materia comercial, aduanera, financiera y legal (40,7%), 98 mujeres con espacios de encuentro e intercambio (58,7%). También se presentó la posibilidad a las participantes de elegir opciones abiertas indicadas como otros, presentando las siguientes opciones: gerencias, capacitaciones financieras (0,6%), contar con acceso a micro créditos, financiamiento (0,6%), más praxis, capacitación en finanzas e inteligencia emocional (0,6%), asesoría emocional y mentalidad (0,6%) y no saber (0,6%), siendo la respuesta de una participante en cada opción.

Dificultades percibidas para emprender: 134 mujeres señalaron falta de financiamiento (80,7%) 92 mujeres como falta de acompañamiento/ asesoramiento (55,4%), 46 mujeres desconocimiento del mercado (27,7%), 35 mujeres limitaciones en la legislación (21,1%), 29 mujeres carencias de recursos tecnológicos (17,5%), 20 mujeres carencia de recursos educativos (12%), 17 mujeres, falta de tiempo (10,2%). También se presentó la posibilidad a las participantes de elegir opciones abiertas indicadas como otros, presentando las siguientes opciones: estar de

reposo por COVID (0,6%), economía nacional fluctuante (0,6%), falta de seguridad jurídica (0,6%), falta de preparación en el cambio de mentalidad de empleada a emprendedora (0,6%), gestión del tiempo de mis hijos (0,6%), distribución y comercialización de productos (0,6%) siendo en cada opción una participante.

Metodología del Proyecto

La Metodología adoptada para desarrollar el Proyecto es la del Marco Lógico. Según la Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GTZ) (2001), esta metodología comprende un procedimiento de planificación sistemática y que se desarrolla en diferentes etapas. Posteriormente, se concluye en la Matriz de Marco Lógico, la cual está integrada por una tabla de 4 columnas y cuatro filas. Este proceso es denominado por la GTZ Ziel Orientierte Projekt Planung (ZOPP); es decir, Planificación de Proyectos Orientada a Objetivos. Esta metodología comprende dos etapas, correspondientes a las fases de identificación y de diseño del ciclo de vida del proyecto.

En una primera fase, se identifica el problema y se ofrecen alternativas de solución a las necesidades detectadas para diseñar un proyecto que beneficie a las mujeres de la AVM, en el caso de esta investigación, con base en cuatro tipos de análisis: el análisis de problemas, el análisis de participación, el análisis de objetivos y el análisis de estrategias (Nardi, 2006).

El Análisis del Problema permite analizar la situación en relación a un problema concreto, identificando los problemas principales en el contexto de estudio, definiendo el problema central de la situación y visualizando las relaciones de causa y efecto en el Árbol de Problemas. Para la elaboración de este, se siguen seis pasos: 1) identificación de los principales problemas con respecto a la situación en cuestión; 2) formulación concreta del problema central; 3) anotación de las causas del problema central; 4) anotación de los efectos provocados por el problema central; 5) elaboración de un esquema que muestre las relaciones de causa y efecto en forma de un Árbol de Problemas y 6) revisión del esquema completo y verificación de su lógica e integridad (Nardi, 2006).

Por su parte, el Análisis de Participación involucra los intereses y expectativas de personas y grupos que pueden ser importantes para el problema. En este sentido, comprende los siguientes pasos: 1) registro de los grupos, personas e instituciones relacionadas con el problema o los que se encuentran en su ámbito de influencia; 2) formación de categorías según las personas sean afectados, beneficiarios, cooperantes, oponentes, afectados o perjudicados; 3) caracterización y análisis y 4) identificación de las consecuencias para el desenvolvimiento del Proyecto (Nardi, 2006).

Seguidamente, se procede al Análisis de Objetivos, transformando la situación negativa existente (problema) en una situación positiva futura deseable, hacia la que se pretende llegar con el proyecto (objetivo). Para ello, es preciso elaborar el Árbol de Objetivos mediante los siguientes pasos: 1) formulación de las condiciones negativas del árbol de problemas en forma de condiciones positivas que sean deseables y realizables; 2) examen de las relaciones "medios - fines" y que posibiliten garantizar la lógica e integridad del esquema y 3) modificación de las frases existentes, eliminando objetivos que no sean efectivos o necesarios, si aplicase (Nardi, 2006).

El último análisis de esta primera etapa es el Análisis de Alternativas o discusión de estrategias, ya que se valoran todas las posibilidades de ser llevados a la práctica y acordar una estrategia de proyecto de acuerdo con las diferentes alternativas que aparecen en las "raíces" en el árbol de objetivos. Adicionalmente, se puede emplear el análisis FODA, siendo posible determinar como Fortalezas aquellas ventajas intrínsecas a la estrategia; como Oportunidades las ventajas que puede aprovechar del entorno; como Debilidades las desventajas intrínsecas a la estrategia y como Amenazas las desventajas que le pueden venir del entorno. En la elaboración de las Alternativas se adoptan tres pasos: 1) identificación de los objetivos que no son deseables o realizables y excluirlos; 2) identificación de las diferentes etapas de "medios - fines" como posibles estrategias alternativas para el proyecto o componentes del mismo y 3) estimación de qué alternativa presenta según su opinión una estrategia óptima para el proyecto, utilizando criterios tales

como: recursos a disposición , probabilidad de alcanzar los objetivos, factibilidad política, relación costo / beneficio, riesgos sociales y sostenibilidad (Nardi, 2006).

En la segunda fase, correspondiente a la planificación, se idea el proyecto, convirtiéndolo en un plan operativo práctico para su ejecución posterior. Durante esta etapa, se procede a elaborar la matriz de marco lógico, definiendo y visualizando todas las actividades y recursos en un período de tiempo preestablecido. Esta se presenta como una matriz de cuatro por cuatro, suministrando en las columnas suministran la siguiente información: 1) un resumen narrativo de los objetivos y las actividades; 2) indicadores (resultados específicos a alcanzar); 3) medios de verificación y 4) supuestos (factores externos que implican riesgos) (Nardi, 2006).

Por otra parte, en las filas de la matriz se incluye información sobre los objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos en los cuatro momentos de la vida del proyecto: 1) fin al cual el proyecto contribuye de manera significativa luego de que el proyecto ha estado en funcionamiento; 2) propósito logrado cuando el proyecto ha sido ejecutado; 3) componentes/resultados completados en el transcurso de la ejecución del proyecto y 4) actividades requeridas para producir los componentes/resultados (Nardi, 2006).

CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

En la fase inicial de la metodología del Marco Lógico, es fundamental identificar el problema; formularlo adecuadamente y determinar su alcance. De esta manera, el plan de diseño del proyecto de creación de un Centro de emprendimiento para la AVM permite responder a las necesidades detectadas y asegurar que el proyecto beneficie a las mujeres que integran la Asociación.

Siguiendo a Nardi (2006), la aplicación de esta metodología consta de dos etapas. En la primera se realizan cuatro tipos de análisis: el Análisis de Problemas, Análisis de Participación, el Análisis de Objetivos y el Análisis de Alternativas. En una segunda etapa, se elabora la Matriz de Marco Lógico de modo que seguidamente se presenta la aplicación de esta metodología para la propuesta de un Plan de diseño de creación de un Centro de emprendimiento para las mujeres de la AVM.

Análisis de problemas

Si bien es cierto que el espíritu e impulso emprendedor en Venezuela no encuentra distinción entre hombres y mujeres, las cifras obtenidas para 2011 muestran que el 52% de los emprendedores estaban representados por hombres y 48% por mujeres, y que para 2022 las mujeres habían superado esa brecha, liderando con un 59% los emprendimientos. Las dificultades devienen en una fase posterior cuando los emprendimientos no pueden mantenerse en el tiempo, ni alcanzar la fase de consolidación.

No es menos cierto que este impulso no se traduce en negocios o empresas exitosas. Por el contrario, la mortalidad temprana empresarial en Venezuela sobrepasa el 65%, con 3.237.070 personas en actividad emprendedora temprana en contraste con los 1.127.597 propietarios de empresas establecidas o consolidadas (GEM, 2011).

Cabe destacar que los emprendimientos en Venezuela se dan bajo una multiplicidad de factores comunes para ambos sexos. Las actividades se inician por necesidad, con poco capital y escaso conocimiento gerencial o financiero, así

como por factores diferenciados para las mujeres. Y es que el emprendimiento iniciado por mujeres suele darse desde el ámbito doméstico para responder a la conciliación de las responsabilidades que la sociedad asigna a su género, como es el cuidado de los más vulnerables (menores de edad, personas con discapacidad, adultos mayores) y del seno familiar. Por esta razón, suelen estar dedicados mayoritariamente al sector servicio (comercialización de productos de primera necesidad, confección y arreglo de ropa, manualidades, cocina) y se dan con la intención de generar ingresos adicionales. De hecho, de esta brecha da cuenta el INE en 2018, cuando de las 206.975 personas declaradas como patronos o empleadores, 88% eran hombres, mientras que 25.561, es decir, el 11%, eran mujeres (INE, 2018).

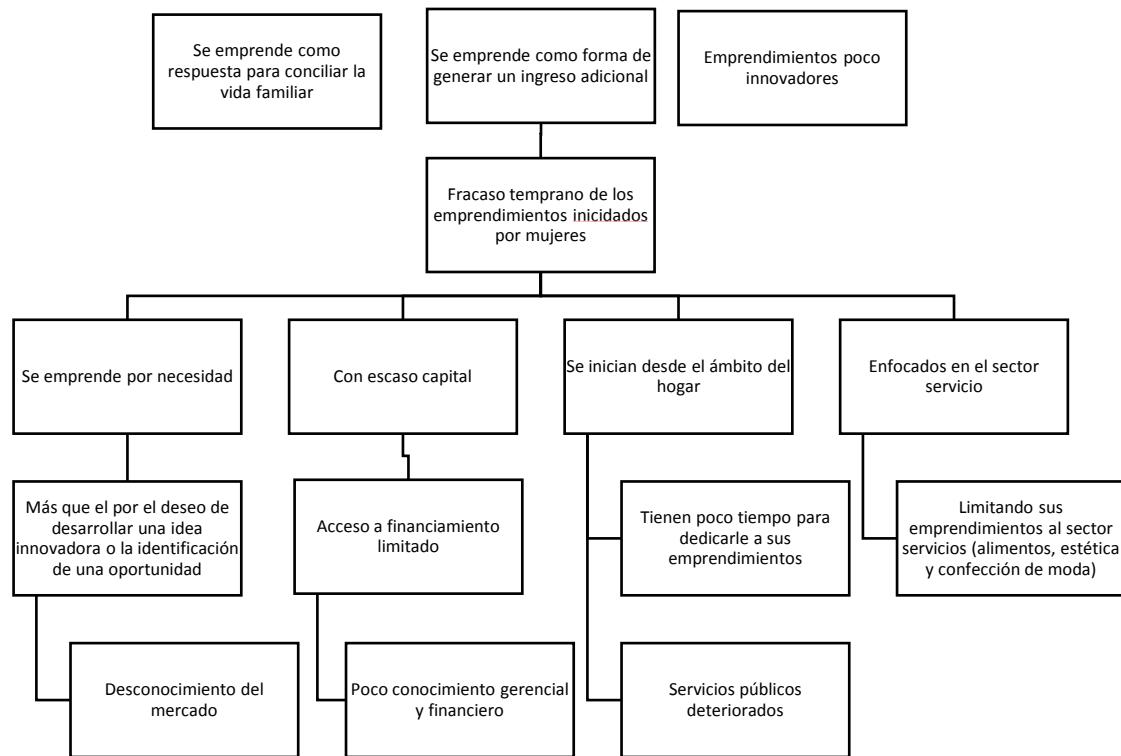
Es por ello que se genera la necesidad de conformar un Centro de Emprendimiento, con el propósito de apoyar el impulso emprendedor de las venezolanas. Con esto se busca atender las necesidades diferenciadas de las mujeres al momento de emprender.

En su fase de inicio, el objetivo del Centro es fomentar el espíritu emprendedor de las mujeres para apoyarlas en sesiones informativas, capacitación y asesorías en el área comercial, económica, financiera y/o administrativa, así como proveer un espacio de encuentro e intercambio entre las emprendedoras.

Además, se plantea ofrecer acompañamiento en los emprendimientos iniciados y dirigidos por mujeres de tal forma que alcancen la fase de desarrollo y consolidación a posteriori, contribuyendo con ello al crecimiento económico de sus familias y de sus comunidades.

En el Análisis de Problemas se ha considerado el árbol de problemas. El problema central es la “fracaso temprano de los emprendimientos iniciados por mujeres”, el cual se presenta en la Figura 2 seguidamente.

Figura 2. Análisis de Problemas.



Como se observa en la Figura anterior, el fracaso temprano de los emprendimientos liderados por mujeres tiene sus causas en varios orígenes, encontrándose entre las principales el emprendimiento por necesidad, lo que las hace desconocer el mercado. En algunos casos, esto ha conllevado a saturar el mercado con los mismos productos, lo que desfavorece su crecimiento. Por otra parte, los emprendimientos son iniciados con escaso capital y esta es una de las principales dificultades que encuentran las emprendedoras al iniciar sus procesos. En parte, esto también se debe a la falta de acceso a créditos y micro créditos que ha tenido el país en los últimos años.

Aunado a eso, se tiene que la mayoría de los emprendimientos iniciados por mujeres se hacen desde el ámbito doméstico, lo que limita su crecimiento al tener que disponer mayor tiempo a los quehaceres no remunerados del hogar.

Además, existen las dificultades que está suponiendo en el país el deficiente funcionamiento que están teniendo los servicios públicos (acceso a internet, agua, gas y electricidad), lo que limita el crecimiento, empujándolas a que sus emprendimientos fracasen de manera temprana.

En consecuencia, enfocan sus emprendimientos en el sector servicio que van desde la comercialización de productos de primera necesidad, como lo es establecer en las entradas de sus hogares la venta de comida y/o algunas medicinas a la comercialización de prendas de vestir, confección y arreglo de prendas de vestir, gastronomía (elaboración de comidas y repostería). Sectores económicos vulnerables y deprimidos ante los vaivenes del mercado.

Esto trae como efecto que los emprendimientos de las mujeres se inicien como respuesta para conciliar la vida familiar, con poco capital y para la generación de ingresos adicionales. Lo que a su vez hace que los emprendimientos sean poco innovadores, lo que termina limitando la posibilidad de crecimiento en el tiempo.

Análisis de Participación

Este análisis comprende, de acuerdo con Nardi (2006), una serie de pasos que se han aplicado durante el proceso de investigación y cuyos resultados se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6. Análisis de involucrados

| Grupos | Intereses | Problemas percibidos | Mandatos y recursos |
|-----------------------------|--|---|----------------------------|
| Junta Directiva de AVM | Ofrecer un servicio a la comunidad | | Personalidad jurídica |
| Personal de planta AVM | Atender a las programas y actividades del Centro | | Recursos humanos |
| AVM Asociadas | | Seguir profundizando el conocimiento sobre emprendimiento adquirido en los talleres de la AVM | |
| AVM Asociadas emprendedoras | | | |

| | | |
|--|---|--|
| Mujeres con intención de emprender o que han emprendido hace menos de 3 años | En adquirir asesoría comercial, económica, financiera y/o administrativa a las emprendedoras, | Falta de financiamiento Falta de acompañamiento Desconocimiento del mercado Carencia de servicios tecnológicos y educativos Limitaciones en la legislación |
|--|---|--|

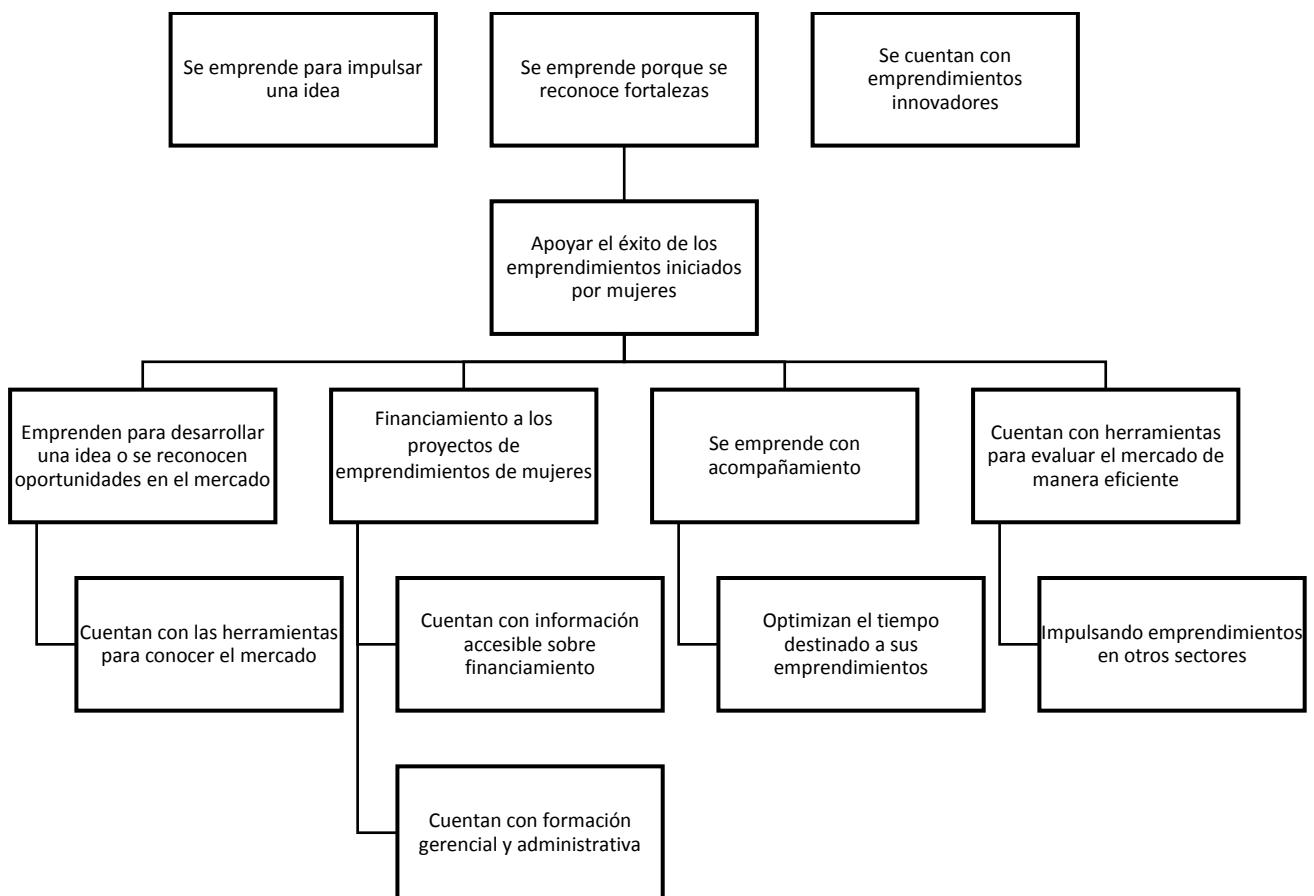
Como se aprecia en la tabla anterior, la AVM está conformada por cinco grupos de mujeres. A saber, la Junta Directiva, el Personal de Planta, las Asociadas, las Asociadas Emprendedoras y mujeres que expresen la intención de emprender o que hayan emprendido en los últimos tres (3) años. Al realizar el análisis correspondiente a este paso del Marco Lógico, se ha apreciado que los intereses de las asociadas de la AVM, las asociadas emprendedoras y las mujeres con intención o habiendo emprendido son similares y están buscando tener acceso a asesorías comerciales, económicas, financieras y administrativas.

Por lo contrario, los problemas percibidos entre estos grupos se encuentra la falta de financiamiento, con las dificultades de acceso crediticio que está teniendo la economía nacional; la falta de acompañamiento o de un espacio para recibir asesorías; desconocimiento del mercado y sus fluctuaciones; limitaciones en la legislación vigente; la carencia de acceso de recursos tecnológicos, devenidas por el deficiente funcionamiento que de los servicios públicos, en especial acceso a internet, así como de servicios educativos.

Análisis de Objetivos

El Análisis de Objetivos constituye el tercer paso de la primera etapa en la aplicación de la metodología del Marco Lógico. En el caso de la presente investigación, estos objetivos fueron establecidos a partir de la información analizada en los pasos anteriores, como se muestra en la Figura 3.

Figura 3. Análisis de Objetivos



Como se observa en la Figura anterior, el objetivo principal es apoyar el éxito de los emprendimientos iniciados por mujeres. Para ello se propone emprender para desarrollar una idea o porque se reconocen las oportunidades en el mercado, contando con las herramientas para reconocer el mercado. Además, se cuenta con la información disponible para acceder al financiamiento, así como la formación gerencial y administrativa para los emprendimientos iniciados por mujeres.

Al respecto, se brindará un espacio para que los emprendimientos iniciados por mujeres cuenten con el acompañamiento necesario, optimizando así el tiempo disponible con el que cuentan las mujeres para dedicarle a sus emprendimientos.

Con estas herramientas, se espera que las mujeres emprendedoras alcancen la fase de consolidación de manera exitosa, así como brindar las herramientas para emprender en otros sectores no tradicionales, como lo pudieran ser la mecánica, informática o asistencia tecnológica, entre otras.

Análisis de Alternativas

Para el análisis de alternativas, se propone que el Centro cuente con una estructura que aborde las áreas comerciales, económicas, financieras y administrativas, abordando el interés de las involucradas a través de:

Programas de capacitación en mercado y logística. En este punto se espera organizar programas de un (1) mes para las involucradas que mencionaron tener la disponibilidad y el interés para destinar 7-9 horas al mes para su formación. En este aspecto, se profundizará en temas relacionados con análisis de mercado que permita a las interesadas realizar un análisis de entorno, así como contar con herramientas para el manejo efectivo de las redes sociales y realizar prospectiva de clientes.

Sesiones informativas en materia comercial, aduanera, financiera, legal. Para esto se propone organizar sesiones informativas para atender a las mujeres que expresaron tener 4 a 6 horas al mes para dedicarle a su formación como emprendedoras. El objetivo es abordar una vez por semana, una formación de 2 horas máximo sobre temas relacionados con el área comercial, aduanera, financiera, legal, a saber:

- Registrar un emprendimiento en Venezuela, paso a paso
- Informar sobre las regulaciones aduaneras y el proceso aduanal.
- Establecer relacionamiento con proveedores internacionales y nacionales.
- Trazar una ruta de financiamiento en Venezuela.

Sesiones de asesoría. Se ofrecerán paquetes a aquellas interesadas con menos de 1 a 3 horas al mes sobre temas relacionados con análisis financiero,

cálculo de estructura de costo, así como planificación estratégica, apoyando a las emprendedoras a reconocer su propósito y la razón de su emprendimiento.

Espacios de encuentro e intercambio con otras emprendedoras.

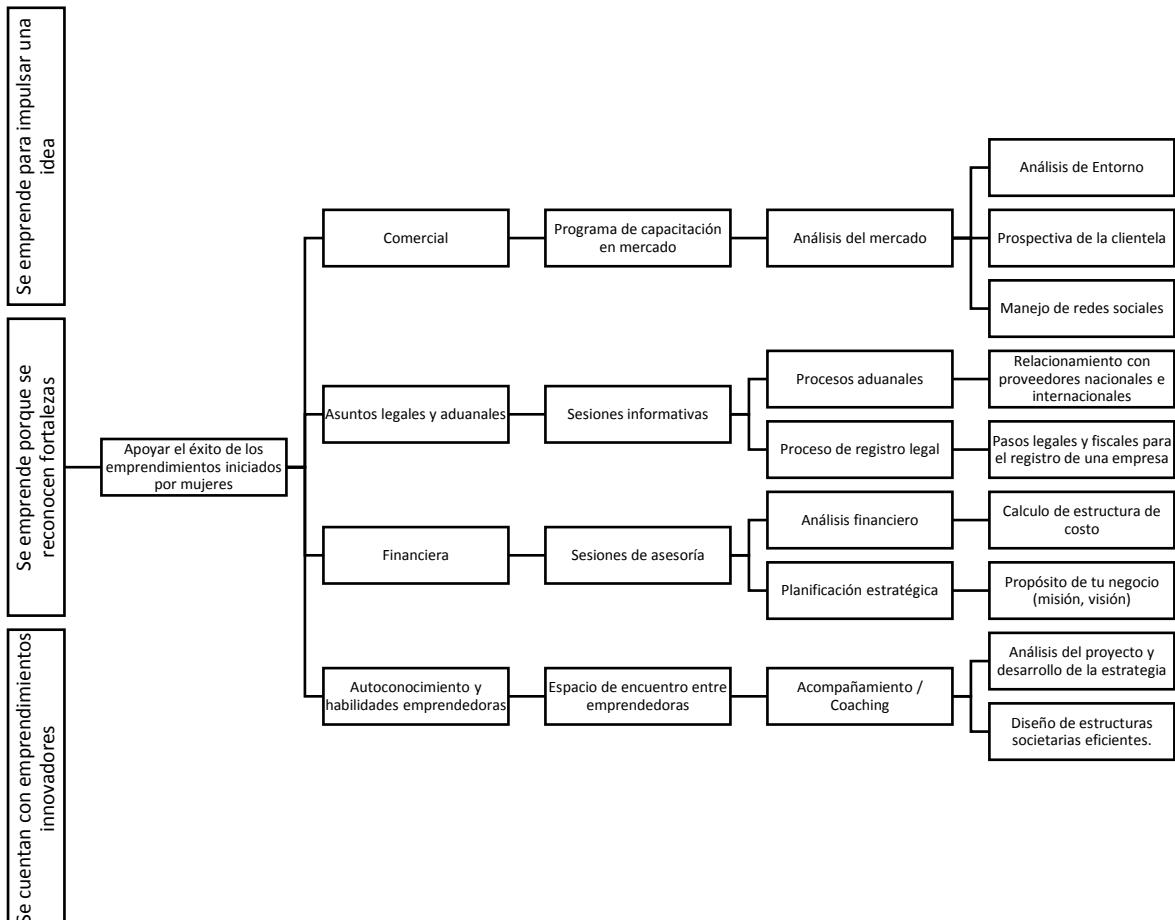
Destinados a aquellas emprendedoras que tienen una idea de negocio o ya emprendieron y desean intercambiar experiencias con otras emprendedoras. Igualmente será un espacio para recibir coaching o acompañamiento en las siguientes áreas:

- Análisis del proyecto y desarrollo de la estrategia
- Apoyo en el diseño de estructuras societarias eficientes

Estructura analítica del Proyecto

La misma se muestra en la Figura 4.

Figura 4. Estructura analítica del Proyecto



Entre las dificultades identificadas por las potenciales emprendedoras o las emprendedoras nacientes más prominentes está la falta de financiamiento, seguido por la sensación de no contar con asesoramiento y orientaciones que las apoye en los retos que representa iniciarse en una nueva actividad comercial y profesional. En tercera instancia, gira en torno a la falta de herramientas para evaluar el mercado de manera que sus emprendimientos sean sostenibles, al tiempo que identifican limitaciones en la legislación.

Es por ello que para apoyar el éxito de los emprendimientos iniciados por mujeres en su fase temprana se propone atender el asesoramiento y ofrecer orientaciones en materia comercial, aduanera, financiera, legal, así como el autoconocimiento y habilidad emprendedora de cada mujer que asista al centro, a través de estas cuatro (4) áreas de interés:

Programa de capacitación. Este estará orientado en proveer herramientas que les permita a la emprendedora identificar oportunidades en el mercado, a través de análisis de entorno, análisis de prospectiva de clientes y manejo de las redes sociales.

Sesiones informativas. Orientadas a proveer información sobre los procesos aduanales y legales de registro de tu empresa en los entes reguladores nacionales.

Sesiones de asesoría financiera. Dirigidas a proveer conocimientos generales que les permita a las emprendedoras calcular la estructura de costo, así como el punto de equilibrio de sus emprendimientos, para que con ello cuenten con herramientas que les permita proyectar el tiempo estimado de recuperación de la inversión, así como la identificación del propósito y la razón de su emprendimiento.

Espacios de encuentro e intercambio con otras emprendedoras. Destinado a aquellas emprendedoras que tienen una idea de negocio o ya emprendieron y desean intercambiar experiencias con otras emprendedoras y

recibir acompañamiento en el desarrollo de la estrategia y como diseñar estructuras de sociedad que les brinden el apoyo para generar eficiencias.

Resumen narrativo de objetivos

En la Tabla 7 se presenta el resumen narrativo de objetivos, integrado por cuatro aspectos: Fin, Indicadores, Medios de verificación y Supuestos.

Tabla 7. Resumen narrativo de objetivos

| Jerarquía de Objetivos | Indicadores | Medios de verificación | Supuestos |
|--|--|--|--|
| Fines | | | |
| Emprender para desarrollar una idea u oportunidad en el mercado | Aumento en los emprendimientos por una idea | Estado de resultados del tercer año después de culminado el proyecto | Las mujeres tienen el potencial para ser unas emprendedoras exitosas con la guía y recursos adecuados |
| Emprender reconociendo fortalezas | Aumento en la autoestima de la emprendedora | Encuesta a las emprendedoras | |
| Se cuenta con emprendimientos innovadores | Aumento en los emprendimientos innovadores | Encuesta a las emprendedoras | |
| Propósito | | | |
| Apoyar a las mujeres emprendedoras en el manejo efectivo de recursos financieros, gerenciales y en la toma de decisiones acertadas en el proceso emprendedor | Aumento en el número de emprendimientos iniciados por mujeres consolidados | Estudio de satisfacción a las emprendedoras apoyadas | Las emprendedoras son asertivas a las acciones sugeridas en el proyecto y las incorporan en su quehacer diario |
| Componentes | | | |
| 1. Programa de capacitación sobre análisis de mercado | Número de mujeres capacitadas en análisis de mercado | Registros de asistencia a las sesiones de capacitación. | Que las mujeres emprendedoras estén dispuestas a recibir capacitación |
| 2. Sesiones informativas en el área aduanera y legal. | Número de mujeres informadas en área aduanera y legal | Registros de asistencia a las sesiones de informativas. | Que las mujeres emprendedoras estén dispuestas a recibir información |
| 3. Sesiones de asesoría financiera | Número de mujeres emprendedoras asesoradas | Registros de asistencia a las sesiones de asesoría. | Que las mujeres emprendedoras estarán dispuestas a recibir asesoría |
| 4. Espacios de encuentro e intercambio con | Número de mujeres emprendedoras en red | Registros de asistencia a los | Que las mujeres tienen el conocimiento básico |

| | | | |
|--|--|--|---|
| otras emprendedoras | encuentros e intercambios | para poder desarrollar sus proyectos | |
| Actividades | | | |
| 1.1 Preparar capacitación desarrollando módulos en análisis de entorno | Número de mujeres asistentes han completado exitosamente los módulos de capacitación | Registros de asistencia a las sesiones de capacitación | Que las mujeres emprendedoras estarán dispuestas a asistir a los cursos. |
| 1.2 Preparar curso de manejo de redes | | | |
| 1.3 Preparar curso sobre prospectiva de clientes | | | |
| 2.1 Diseñar sesiones informativas sobre relacionamiento proveedores internacionales y nacionales | Número de mujeres asistentes han asistido a las sesiones informativas | Registros de asistencia a las sesiones de capacitación | |
| 2.2 Diseñar sesiones informativas sobre procesos aduanales | Número de mujeres asistentes han asistido a las sesiones informativas | Registros de asistencia a las sesiones de capacitación | |
| 2.3 Diseñar sesiones informativas sobre proceso de registro de empresa en Venezuela | Número de mujeres asistentes han asistido a las sesiones informativas | Registros de asistencia a las sesiones de capacitación | |
| 3.1 Preparar materiales para brindar asesorías para abordar cálculo de estructura de costo y punto de equilibrio | Número de mujeres asistentes han asistido a las sesiones de asesorías | Registros de asistencia a las sesiones de capacitación | |
| 3.2 Preparar materiales para brindar asesorías para apoyar en la identificación del propósito del negocio | Número de participantes que han identificado su propósito de negocio | Encuesta a participantes | |
| 4.1 Desarrollar un plan para analizar el proyecto y desarrollo del proyecto de emprendimiento | Número de emprendimientos que se inician con el apoyo del plan | Reportes de la asesoría brindada, documentación de proyectos de emprendimientos iniciados con acompañamiento | Que las mujeres obtengan el conocimiento básico para poder desarrollar sus proyectos. |

| | | |
|--|---|---|
| 4.2 Desarrollar un plan para apoyar en el diseño de asociaciones eficientes para emprender | Aumento en la identificación de asociaciones eficientes | Encuesta a participantes y asociaciones |
|--|---|---|

El medio de verificación para este indicador podría ser la realización de encuestas y entrevistas a los miembros de las agrupaciones o asociaciones antes y después de implementar el plan desarrollado, y comparar los resultados para determinar si ha habido un aumento en la eficiencia y la productividad de las agrupaciones. También se podrían revisar los informes y registros de la implementación del plan para evaluar su impacto en el diseño y funcionamiento de las agrupaciones de emprendimientos.

Este análisis comprende, de acuerdo con Nardi (2006), una serie de pasos de la formulación del Marco Lógico, con la descripción del fin, el propósito, los componentes y las actividades para la formulación del plan de diseño del centro de emprendimiento de mujeres.

Según lo arrojado en el árbol de objetivos, se identificaron tres fines, los cuales constituyen el nivel de decisión a ser alcanzados en el mediano y largo plazo para el centro de emprendimiento de mujeres. En el caso de la presente investigación se espera que los emprendimientos iniciados por mujeres estén enfocados en desarrollar una idea propia o que les permita identificar oportunidades en el mercado, apoyándolas así a emprender, reconociendo sus fortalezas y, por ende, impulsando emprendimientos innovadores, tendentes a contribuir no solo a su economía familiar, sino impactando positivamente a sus comunidades.

Indicadores, Supuestos y Medios de verificación

A partir del resumen anterior, se han considerado los siguientes indicadores y supuestos:

- a) Aumento de los emprendimientos iniciados por mujeres por una idea o habiendo identificado una oportunidad en el mercado. Este indicador busca

medir la cantidad de emprendimientos iniciados por mujeres que se han creado mediante la identificación de una oportunidad en el mercado. Esto incluye tanto la cantidad de ideas innovadoras como la cantidad de oportunidades detectadas por mujeres que han llevado a la creación de emprendimientos. Esta información es importante para entender cómo las mujeres están contribuyendo a la economía y permitirá al Centro y otros entes interesados tomar medidas para apoyar a las emprendedoras.

- b) Aumento en la autoestima de la emprendedora. El aumento en la autoestima de la emprendedora se refiere a la creciente confianza que una persona siente al tomar decisiones para lograr sus objetivos profesionales. Esto puede involucrar el desarrollo de habilidades como el liderazgo, la comunicación y la innovación, que pueden contribuir a un mayor éxito en el proceso emprendedor. Esto también puede incluir trabajar para mejorar la percepción, buscar oportunidades y tomar riesgos para lograr metas.
- c) Aumento en los emprendimientos innovadores. Con esto lo que se busca es aumentar que los emprendimientos se incremente el número de negocios que buscan desarrollar soluciones creativas a los problemas del entorno o de la sociedad. Esto puede incluir el desarrollo de nuevos productos, el lanzamiento de nuevos servicios o la aplicación de tecnologías innovadoras en una empresa existente.

Se utilizará como medio de verificación para el primer fin realizar una encuesta de satisfacción al tercer año después de haber culminado el proyecto, el cual buscará medir el impacto que ha tenido el apoyo brindado por el Centro en las mujeres que recibieron herramientas para el manejo efectivo de recursos financieros y gerenciales en su proceso emprendedor.

Para los otros dos fines se utilizará como medio de verificación una encuesta a los emprendedores para evaluar su autoestima antes y después de la participación en los programas del Centro, formulándose preguntas en torno a su confianza, motivación y percepción del entorno.

Como supuesto de los tres fines se cuenta que las mujeres tienen el potencial para ser unas emprendedoras exitosas con la guía y recursos adecuados, si se les proporcionan la guía y los recursos adecuados.

Para ello se plantea como propósito que el centro de emprendimientos apoye a las mujeres emprendedoras en el manejo efectivo de recursos financieros, gerenciales y en la toma de decisiones acertadas en el proceso emprendedor. El objetivo mencionado busca brindar apoyo a las mujeres emprendedoras para un manejo efectivo de los recursos financieros, gerenciales y la toma de decisiones acertadas en el proceso emprendedor.

Como indicador del propósito se planteó el aumento en el número de emprendimientos iniciados por mujeres consolidados. El aumento en el número de emprendimientos iniciados por mujeres consolidados se refiere a un mayor número de mujeres emprendedoras que inician y desarrollan sus propias empresas o proyectos de negocio con éxito. Esto refleja una mayor participación y presencia de las mujeres en el sector productivo, así como un mayor reconocimiento de sus habilidades como líderes generadoras de bienestar y progreso.

El medio de verificación de este indicador será realizar un estudio de satisfacción a las emprendedoras apoyadas. El estudio de satisfacción a las emprendedoras apoyadas será una herramienta útil para comprender el nivel de satisfacción de las emprendedoras con el apoyo proporcionado. Esta herramienta les da una oportunidad para proporcionar información sobre su experiencia con el apoyo recibido, así como para proporcionar ideas para mejorar el servicio. El estudio también buscara identificar áreas de mejoras para que Centro tome decisiones informadas tendientes a mejorar la satisfacción de las emprendedoras.

Como supuesto del propósito se considera las emprendedoras son asertivas a las acciones sugeridas en el proyecto y las incorporan en su proceso emprendedor. Las emprendedoras son personas que toman la iniciativa de iniciar un negocio o proyecto. Son asertivas al evaluar y considerar sugerencias para

mejorar su proyecto y están abiertas a nuevas ideas que puedan ayudar a hacer sus negocios exitosos.

Para ello, se han planteado cuatro (4) componentes, a saber:

Componente 1: Programas de capacitación sobre análisis de mercado.

Para ello se propone elaborar un programa que permita analizar el mercado, a través de cursos que conlleven análisis de entorno, manejo de redes sociales y prospectivas de clientes. Estará dirigido a las mujeres con 7 a 9 horas al mes para dedicarle a su formación y serán sesiones de trabajo de 2 horas, una vez por semana durante un (1) mes.

Como indicador para este componente se plantea “número de mujeres capacitadas en análisis de mercado”, el cual busca medir el número de mujeres que han recibido capacitación sobre análisis de mercado. Esto ayudará a las mujeres a entender mejor los factores y tendencias que afectan el mercado y a desarrollar habilidades para aprovechar al máximo sus oportunidades.

El medio de verificación que se propone para este indicador es “registros de asistencia a las sesiones de capacitación”. Los registros de asistencia a las sesiones de formación son una forma de verificación que implica tomar nota de quién está presente y quién falta a cada sesión de capacitación. Esto ayuda a garantizar que todos los participantes hayan recibido la misma información durante la capacitación. También ayuda a documentar el cumplimiento de los requisitos de capacitación del centro.

El supuesto planteado para este componente es que las mujeres emprendedoras estén dispuestas a recibir capacitación. Las mujeres emprendedoras están entusiasmadas por recibir capacitación para desarrollar sus habilidades, mejorar su conocimiento y aumentar su confianza para llegar a objetivos de negocio. Esta capacitación se aplica a diferentes aspectos del emprendimiento, como análisis de entorno, el manejo de redes y prospectiva de clientes. Esto les permite tener éxito en sus emprendimientos al tener las herramientas adecuadas para tomar decisiones acertadas

Componente 2: Sesiones informativas en el área aduanera y legal.

Para ello se propone organizar una vez por semana una sesión informativa de 2 horas máximo, en modalidad presencial, al tiempo que se graban las sesiones para la disposición de quienes deseen participar de manera virtual. El objetivo es atender a las mujeres que expresaron tener 4 a 6 horas al mes para dedicarle a su formación como emprendedoras. Se esperan abordar abordaran los siguientes tópicos:

- Ruta de financiamiento en Venezuela
- Paso a paso, como registrar un emprendimiento en Venezuela.
- Regulaciones aduaneras e información sobre el proceso aduanal.
- Establecimiento de relaciones comerciales con proveedores internacionales y nacionales.

Como indicador para este componente se plantea “número de mujeres informadas en área aduanera y legal” Este incluirá información sobre los procedimientos legales para exportar o importar bienes, material de información sobre los impuestos relacionados con la aduana y asesoramiento profesional sobre asuntos legales. Esta información es crucial para permitir que las mujeres entiendan los procedimientos relacionados con la aduana y con la ley, y para ayudarles a acceder al comercio internacional.

El medio de verificación que se propone para este indicador es “registros de asistencia a las sesiones de informativas”. Los registros de asistencia a las sesiones informativas son documentos utilizados para registrar a los asistentes a una sesión informativa. Estos registros contienen información como el nombre, la dirección, la fecha, la hora y los detalles de la sesión. Los registros de asistencia a las sesiones informativas se utilizan para registrar quién estuvo presente en la sesión informativa. Esto ayuda a garantizar que los participantes reciban información completa y actualizada sobre el tema en cuestión.

El supuesto planteado para este componente es que las mujeres emprendedoras estén dispuestas a recibir información. Las mujeres emprendedoras están dispuestas a recibir información útil para el desarrollo de

sus proyectos y negocios. Estas mujeres buscan conocimiento y recursos especializados para impulsar su empresa y para tener éxito. Están dispuestas a asistir a seminarios, cursos, webinars, talleres y otras actividades diseñadas para mantenerse al día con las últimas tendencias. Además, están abiertas a recibir el consejo y la orientación de mentores y expertos que les ayudarán a maximizar su potencial empresarial.

Componente 3: Sesiones de asesoría financiera, para lo que se ofrecerán paquetes a aquellas interesadas con menos de 1 a 3 horas al mes sobre temas relacionados con análisis financiero, cálculo de estructura de costo, así como planificación estratégica, buscando con ello apoyar a la emprendedora a reconocer su propósito y la razón de su emprendimiento.

Como indicador para este componente se plantea “número de mujeres emprendedoras asesoradas”. El número de mujeres emprendedoras asesoradas se refiere al número total de mujeres que se han beneficiado de las sesiones de asesorías para el emprendimiento. Esto incluye asesoramiento financiero, cálculo de estructura de costo, así como planificación estratégica.

El medio de verificación que se propone para este indicador es “registros de asistencia a las sesiones de asesoría”. Los registros de asistencia a las sesiones informativas son documentos utilizados para registrar a los asistentes de las sesiones de asesoría. Estos registros contienen información como el nombre, la dirección, la fecha, la hora y los detalles de la sesión. Los registros de asistencia a las sesiones se utilizan para registrar quién estuvo presente. Esto ayuda a garantizar que los participantes reciban información completa y actualizada sobre el tema en cuestión

El supuesto planteado para este componente es que las mujeres emprendedoras estarán dispuestas a recibir asesoría. Las mujeres emprendedoras estarán dispuestas a recibir asesoría, ya que saben que el conocimiento es un poderoso recurso para el crecimiento de su negocio. Esto incluye temas relacionados con análisis financiero, cálculo de estructura de costo, así como

planificación estratégica. Estas asesorías les ayudarán a conocer mejor los aspectos clave para el éxito de su negocio.

Componente 4: Espacios de encuentro e intercambio con otras emprendedoras, destinado a aquellas emprendedoras que tienen una idea de negocio o ya emprendieron y desean intercambiar experiencias con otras emprendedoras, así como recibir acompañamiento en el análisis del proyecto y desarrollo de la estrategia, así como en el diseño de estructuras de sociedad que les brinden el apoyo para generar eficiencias

Como indicador para este componente se plantea “número de mujeres emprendedoras en red”. El número de mujeres emprendedoras en red se refiere al número de mujeres que están involucradas en las actividades organizadas por el Centro. Esta información es relevante para impulsar el intercambio entre emprendedoras durante su proceso emprendedor.

El medio de verificación que se propone para este indicador es “registros de asistencia a los encuentros e intercambios”. Los registros de asistencia a los encuentros e intercambios son documentos que describen quién estuvo presente en un evento, reunión u otra actividad. Estos documentos son importantes para garantizar que las participantes estén comprendiendo el material, y para dejar constancia de que se está llevando la actividad de manera correcta.

El supuesto planteado para este componente es que las mujeres tienen el conocimiento básico para poder desarrollar sus proyectos. Esto significa que ellas tienen un conocimiento y una comprensión de los conceptos y habilidades requeridos para hacer frente a las diferentes tareas relacionadas con el desarrollo de proyectos. Esto les permite alcanzar la autonomía, la independencia y el éxito en sus proyectos.

Actividades

Para la consecución de estos componentes se proponen las siguientes actividades:

Componente 1: Programas de capacitación sobre análisis de mercado

Actividad 1.1 Preparar capacitación desarrollando módulos en análisis de entorno. El curso de análisis de entorno se centra en el proceso de evaluación de un entorno dado. Esto incluye entender los factores internos y externos que afectan la organización, identificar amenazas, identificar oportunidades, desarrollar estrategias y monitorear el entorno. El curso proporcionará a las participantes las herramientas necesarias para desarrollar un análisis de entorno completo.

Actividad 1.2. Preparar curso de manejo de redes sociales. El curso de manejo de redes sociales está diseñado para ayudar a las participantes a entender cómo usar adecuadamente las redes sociales. Se impartirán los conceptos básicos y fundamentos de redes sociales, incluidas la creación de cuentas, la comprensión de los algoritmos, la programación de contenido y la publicidad en línea. También se expondrán los conceptos básicos de seguridad en línea, incluida la protección de la privacidad y la protección contra la suplantación de identidad. Al final del curso, se podrá usar los conocimientos para crear, compartir y promocionar contenido de forma efectiva en línea.

Actividad 1.3 Preparar curso sobre prospectiva de clientes. El curso sobre prospectiva de clientes se centra en comprender los deseos y necesidades de los clientes potenciales. El curso ofrecerá una comprensión de cómo ayudar a los clientes potenciales a tomar decisiones informadas, cómo interactuar con los clientes potenciales y cómo satisfacer las necesidades de los clientes. El curso también se enfocará en cómo realizar encuestas de clientes para recopilar información útil sobre los deseos y necesidades de los clientes, así como en cómo identificar nuevas oportunidades de negocio.

Como indicador para esta actividad se propone “número de mujeres asistentes han completado exitosamente los módulos de capacitación”. Esto incluye el número de asistentes que han aplicado los módulos de capacitación a su proceso emprendedor. Este indicador permite evaluar el éxito de los programas de capacitación ofrecidos por el centro y medir su impacto.

Para estas actividades el medio de verificación es “registros de asistencia a las sesiones de capacitación”. Los reportes de asistencia son un método para

verificar quién estuvo presente en un curso, evento o actividad. Las evaluaciones de los cursos evalúan el nivel de aprendizaje de las emprendedoras asistentes para asegurarse de que estén recibiendo la capacitación adecuada.

El supuesto planteado para estas actividades es que las mujeres emprendedoras estarán dispuestas a asistir a los cursos. Se espera que las mujeres emprendedoras estén dispuestas a asistir a las capacitaciones para adquirir habilidades y conocimientos específicos que les ayuden a mejorar sus negocios. Estos cursos son diseñados para capacitarlas sobre temas como el manejo de redes sociales y herramientas de prospectiva de clientes. Además, estos cursos les permiten conocer mejor las últimas tendencias y los desafíos comerciales.

Componente 2: Sesiones informativas en el área aduanera y legal

Actividad 2.1 Diseñar sesiones informativas sobre relacionamiento proveedores internacionales y nacionales. Se abordarán temas relacionados con la identificación de proveedores, la terminología utilizada para relacionarse con los proveedores, los procedimientos y las políticas, así como los documentos necesarios para formalizar la relación, entre otros. Además, la sesión incorporara ejemplos de relacionamiento con proveedores, así como pautas para atender resolver posibles dificultades en el mencionado relacionamiento.

Actividad 2.2 Procedimientos aduanales en Venezuela. Esto incluye explicar los requisitos básicos para realizar el intercambio internacional de bienes, los documentos necesarios para la realización de los trámites aduaneros, la preparación de dichos documentos, los cargos y tarifas aplicables a los productos, las regulaciones de exportación e importación, los procedimientos para la presentación de declaraciones aduaneras, los requisitos de cumplimiento, el control de aduanas, el almacenamiento en aduana y el despacho de mercancías. Las sesiones informativas también deben abordar cómo los importadores pueden

obtener beneficios aduaneros y los cambios recientes en las leyes, regulaciones y procedimientos aduaneros.

Actividad 2.3 Proceso de registro de las empresas en Venezuela. Esto implicara analizar los requisitos, documentos y procedimientos necesarios para registrar una empresa en Venezuela. Además, las sesiones informativas también abordaran los beneficios de estar registrado, los costos asociados con el registro de empresas, así como los recursos disponibles para los emprendedores.

Como indicador para esta actividad se propone “número de mujeres asistentes han asistido a las sesiones informativas en el área aduanera y legal”. Esto incluye el número de asistentes que han aplicado los módulos de capacitación a su proceso emprendedor. Este indicador permite evaluar el éxito de los programas de capacitación ofrecidos por el centro y medir su impacto.

Para estas actividades el medio de verificación es “registros de asistencia a las sesiones de capacitación”. Los reportes de asistencia son un método para verificar quién estuvo presente en un curso, evento o actividad. Las evaluaciones de los cursos evalúan el nivel de aprendizaje de las emprendedoras asistentes para asegurarse de que estén recibiendo la capacitación adecuada.

Componente 3: Sesiones de asesoría financiera

Actividad 3.1 Preparar materiales para brindar asesorías para abordar cálculo de estructura de costo y punto de equilibrio. Esto implica ofrecer herramientas que les permita a las emprendedoras analizar los gastos y los ingresos, para determinar el punto en el que los gastos igualan los ingresos.

El indicador para esta actividad es el “número de mujeres que han asistido a las sesiones informativas en el área financiera”. Esto incluye el número de asistentes que han aplicado los módulos de capacitación a su proceso emprendedor. Este indicador permite evaluar el éxito de los programas de capacitación ofrecidos por el centro y medir su impacto.

Para esta actividad el medio de verificación es “registros de asistencia a las sesiones de asesorías”. Los reportes de asistencia son un método para verificar

quién estuvo presente en un curso, evento o actividad. Las evaluaciones de los cursos evalúan el nivel de aprendizaje de las emprendedoras asistentes para asegurarse de que estén recibiendo la capacitación adecuada.

Actividad 3.2 Preparar materiales para brindar asesorías para apoyar en la identificación del propósito del negocio (misión y visión). Con ello se espera orientar a las emprendedoras para que sus negocios tengan direccionalidad, que les permitan a través de dinámicas identificar su misión y propósito del negocio. Con esto se espera apoyar a la emprendedora a reconocer el propósito de su negocio, sus clientes, mercado y comunidad.

El indicador para esta actividad es el número de participantes que han identificado su propósito de negocio. Esto incluye el número de asistentes que han participado en las asesorías. Con esto se busca evaluar el éxito de los programas de capacitación ofrecidos por el centro y medir su impacto.

Para esta actividad el medio de verificación es “encuesta a participantes”, el cual será una herramienta útil para comprender la aplicación de las herramientas ofrecidas por el Centro, así como el apoyo en identificar el propósito de los emprendimientos de las participantes.

Componente 4: Espacio de encuentro para las emprendedoras:

Actividad 4.1 Desarrollar un plan para analizar el proyecto y desarrollo del proyecto de emprendimiento. Con este plan se espera dar herramientas a las emprendedoras para que analicen las fases de su proyecto, incluyendo análisis del proceso, tecnologías y recursos necesarios para iniciar el emprendimiento. La identificación de estos elementos permitirá a la emprendedora desarrollar una estrategia para alcanzar los objetivos proporcionando un enfoque sistemático para asegurar el éxito. Esto incluiría la definición de un cronograma para alcanzar los objetivos, la asignación de recursos, la definición de procesos, la selección de la tecnología adecuada y la realización de pruebas adecuadas.

Para esta actividad se ha planteado como indicador número de emprendimientos que se inician con el apoyo. Esto ayudará a evaluar el impacto

de los planes destinados a apoyar el análisis del proyecto y en el diseño de agrupaciones o asociaciones eficientes para el proceso emprendedor. Esta medición puede ser útil para evaluar si los planes están ayudando a impulsar el emprendimiento entre las emprendedoras.

Como medio de verificación para esta actividad se ha propuesto “reportes de la asesoría brindada, así como documentación de proyectos de emprendimientos iniciados con acompañamiento”. Los reportes de la asesoría brindada son documentos generados para medir el impacto y la eficacia de la asesoría recibida. Estos reportes también sirven como evidencia de la asesoría brindada. La documentación de los proyectos iniciados con apoyo contiene los detalles de los proyectos, así como los resultados obtenidos. Esta documentación es importante para verificar el éxito de un proyecto y la eficacia de la asesoría brindada.

Actividad 4.2 Desarrollar un plan para apoyar en el diseño de asociaciones eficientes para emprender. El plan incluirá medidas para ayudar a las emprendedoras a desarrollar estructuras de agrupación eficientes, a través del desarrollo de habilidades de colaboración, así como proveer herramientas para establecer una estructura de agrupación rentable y sostenible, que apoye los desafíos a los que se enfrentan las emprendedoras.

Para esta actividad se ha planteado como indicador aumento en la identificación de asociaciones eficientes. Esto permitirá evaluar el impacto que ha tenido el plan en torno al reconocimiento de asociaciones eficientes que apoyen efectivamente las ideas de negocios que tengan las mujeres participantes.

Como medio de verificación para estas actividades Encuesta a participantes y asociaciones antes y después de implementar el plan desarrollado. Con esto se buscara comparar los resultados y determinar si el apoyo fue efectivo.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado corresponde presentar para cada objetivo específico, las conclusiones, sugerencias o implicaciones que se derivan del trabajo realizado.

Al término de este trabajo especial de grado, se puede concluir que para que el impulso emprendedor de las mujeres en Venezuela no se pierda en el tiempo, las mujeres requieren recibir herramientas que les permitan navegar su proceso emprendedor de manera exitosa.

De esta manera, el resultado del diagnóstico participativo sirvió como una herramienta para obtener una mejor comprensión de la situación de las asociadas de la AVM que participaron en la consulta. Esta información permitió identificar el perfil socio económico y familiar de la emprendedora, así como evaluar los temas de interés, tiempo disponible y percepción en torno a la actividad emprendedora. Igualmente, sirvió para perfilar los posibles servicios y modalidad que las involucradas esperan recibir del centro de emprendimiento dirigido a mujeres en su fase de actividad emprendedora temprana.

Al respecto, la percepción de las participantes en torno a las dificultades que enfrentan para emprender coincide con lo reportado en la literatura y es que unánnimemente se señala la falta de acceso a financiamiento como el principal impedimento para emprender. Esto trae como consecuencia que los emprendimientos se inicien con poco capital, arriesgando muchas veces los propios ahorros y que, por ende, sean emprendimientos con poco alcance.

Seguidamente, se identificó la falta de acompañamiento o de carecer asesoraría efectiva, como la siguiente dificultad para emprender. Y es que muchas veces las emprendedoras indican sentirse desorientadas al momento de iniciar sus emprendimientos, al tiempo que indican carecer de herramientas que las apoye a tomar mejores decisiones en temas financieros, económicos, legales, comerciales, así como administrativos y gerenciales.

En tercera instancia indicaron las limitaciones en la legislación actual. Resulta conocido que el proceso de registro de una empresa en Venezuela es en

muchas ocasiones engorroso y poco eficiente. Por lo que la emprendedora que decida registrar su empresa tendrá que dedicar muchas horas de su tiempo para lograr el registro formal. Esto trae como consecuencia que muchos de los emprendimientos se inicien sin registro, trayendo como limitación el impedimento al tan anhelado financiamiento.

El instrumento permitió conocer el perfil de las mujeres emprendedoras identificándose más de dos tercios de la muestra entre 36 a 65 años en adelante, con 1 a 4 hijo(s) o hija(s), con un nivel educativo terciario, jefas de hogar y con un ingreso promedio de ingreso que oscilaba desde 0 al 100 a los 400 dólares mensuales. Asimismo, la muestra arrojó que más de la mitad de las consultadas identificaban su estado civil como casada o en uniones estables de hecho.

Esta información contrasta con lo expuesto por el último informe de 2011 del GEM, el cual daba cuenta que el impulso emprendedor de las mujeres en Venezuela se encontraba en el sector D de la población y quienes contaban con nivel secundario de educación académica.

De acuerdo a la caracterización del enfoque que se hizo del centro se evidenció que la fase en el proceso emprendedor de las mujeres que requiere mayor atención, y por ende apoyo, es la fase de inicio. Siendo que más de dos tercios de la muestra indicaron que se encontraban emprendiendo o iniciando sus procesos de emprendimiento.

Con esta información presente se diseñó el centro de emprendimiento de mujeres con metodología de marco lógico. Para ello se analizó a las involucradas, y se discutió el árbol del problema con miras a desarrollar el propósito, identificándose apoyar el éxito de los emprendimientos iniciados por mujeres.

A partir de aquí se elaboró la matriz de marco lógico, identificando cuatro (4) componentes, para los que fueron elaborados sus indicadores e identificados medios de verificación, así como los supuestos. De igual manera, fueron formuladas las actividades.

Es por ello que el diseño del centro tendrá como objetivo atender a las emprendedoras potenciales, para apoyarlas a identificar oportunidades, potenciar sus conocimientos y habilidades, así como a la emprendedora naciente, es decir, aquella ya involucrada en la creación de un emprendimiento o negocio.

Por ende, las actividades propuestas buscarán ofrecer herramientas para apoyar a las emprendedoras en la toma de decisiones acertadas, así como el manejo efectivo de recursos comerciales, económicos, financieros y gerenciales, teniendo presente las áreas de interés, el tiempo y la modalidad de asistencia preferida.

Por su parte, para pasar a la fase de ejecución de este proyecto de diseño de Centro se recomienda seguir detallando las actividades, costos asociados y responsables, de manera de contar con un plan de implementación detallado que permita la consecución de los objetivos aquí planteados. Igualmente, será necesario identificar los tiempos institucionales para poner en funcionamiento el Centro.

Igualmente, se considera importante que una vez cumplido los tres (3) años de funcionamiento del Centro se analicen los informes de los estudios de satisfacción a las emprendedoras apoyadas con miras a realizar un análisis exhaustivo del estado de los resultados del proyecto. El objetivo de este análisis será evaluar la posibilidad que el centro brinde herramientas para la emprendedora propietaria en su fase de consolidación del proceso emprendedor.

Con esto se espera que el Centro brinde oportunidades que permita observar de una manera real e innovadora el entorno, atendiendo a las necesidades de desarrollo personal y de ingreso de las emprendedoras, así como las necesidades del mercado. Con emprendimientos orientados a contribuir a los sectores productivos del país y como fuerza impulsora de bienestar y desarrollo para todos y todas las involucradas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Alemana de Cooperación Técnica para el Desarrollo. (2001). *Planificación de Proyectos orientada a Objetivos. Herrmann & Herrmann. ZOPP Zielorientierte Projektplanung, Planificación de Proyectos Orientada a Objetivos (jponline.com)*
- Arias Becerra, J. del P. (2020) *Diseño de programa de emprendimiento para prevenir la violencia contra las mujeres en centro poblado menor La Pradera de Pimentel.* [Trabajo de Grado de Maestría, Universidad César Vallejo, Chiclayo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43564/Arias_BJP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Asociación Venezolana de Mujeres (2022). *Nosotras* [Página Web].
<https://asociacionvenezolanademujeres.com.ve/nosotras/>
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Général*, H. Higgs (ed.), (1931) Macmillan, London.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2015). *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.* CEPAL.
- Conindustria (2021, marzo 17). *Encuesta de Coyuntura Industrial Conindustria: Precariedad en servicios básicos y falta de combustible afectan a más del 50% del parque industrial venezolano.*
<https://www.conindustria.org/encuesta-de-coyuntura-industrial-conindustria-precariedad-en-servicios-basicos-y-falta-de-combustible-afectan-a-mas-del-50-del-parque-industrial-venezolano/>
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999, 30 de diciembre). Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela, No 36.860. [Extraordinaria], marzo 24, 2000.
- Cuevas, M., Esposito de Díaz, C. y Balzán, Y. (2021). Aliadas en Cadena: formación en emprendimiento femenino como estrategia para salir de la pobreza. *Mayéutica Revista Científica de Humanidades y Artes*, 9(1), 43-60.
<https://revistas.uclave.org/index.php/mayeutica/article/view/3070>
- Global Entrepreneurship Monitor (2011). *Informe ejecutivo, Venezuela 2009-2010.* Centro de Emprendedores del IESA.
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=47437>
- Gutiérrez, J., Díaz, J., y Sulbarán, M. (2017). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela, *Revista de Ciencias Sociales*, 12(4), 98-107.

Hessels, J. y Terjesen, S.A. (2008). *Entrepreneurial Career Capital, Innovation and New Venture Export Orientation*. Scales Research Reports.

Hurtado de Barrera, J. (2012). *Metodología de la investigación, guía para una comprensión holística de la ciencia*. Ediciones Quirón - Sypal.

Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2018). *Indicadores Globales Fuerza de Trabajo*.

http://www.ine.gov.ve/index.php?option=com_content&view=category&id=103&Itemid=40#

Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.

Martínez, D y González, D. (2020). Emprendimiento y responsabilidad social empresarial en Venezuela. *Revista Estudios Gerenciales y de las Organizaciones*, 4 (8), 225-252.

<http://www.regyo.bc.uc.edu.ve/v4n8/art01.pdf>

Nardi, A.M. (abril de 2006). *Diseño de proyectos bajo el enfoque de marco lógico. (Parte 1)*. 11º Encuentro de Bibliotecas Universitarias. "Las bibliotecas Universitarias y los nuevos desafíos". En el marco de la 39ª Reunión Nacional de Bibliotecarios organizado por la Asociación de Bibliotecarios Graduados de la República Argentina (ABGRA), Buenos Aires (Argentina).

Observatorio de Complejidad Económica (2022). *Country Rankings (ECI)*.
<https://oec.world/en/rankings/eci/hs6/hs07?tab=rank>

Organización Internacional del Trabajo (2007). *Informe de la Comisión de Empresas Sostenibles*. Actas Provisionales, Nonagésima sexta reunión, Conferencia Internacional del Trabajo, Ginebra.

<https://www.ilo.org/public/spanish/standards/realm/ilc/ilc96/pdf/pr-15.pdf>

(2008, marzo). *La estrategia de la OIT para promover la iniciativa empresarial de la mujer*. Consejo de Administración, Ginebra. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/ed_norm/-/relconf/documents/meetingdocument/wcms_090522.pdf

(2022). *Los cuidados en el trabajo: Invertir en licencias y servicios de cuidados para una mayor igualdad en el mundo del trabajo. Informe regional complementario para América Latina y el Caribe*. Lima: OIT, Oficina Regional para América Latina y el Caribe y el Servicio de Género, Igualdad, Diversidad e Inclusión (GEDI).

República Bolivariana de Venezuela (1982). *Código civil de Venezuela*. Gaceta N° 2.990 Extraordinaria del 26 de Julio de 1982.

<https://biblioteca.cejamerica.org/bitstream/handle/2015/4123/ven-codcivil.pdf>

(1955). *Código de Comercio. Gaceta N° 475 Extraordinaria del 21 de diciembre de 1955.*

<https://tugacetaoficial.com/leyes/codigo-de-comercio-gaceta-475-1955/#:~:text=Gaceta%20Oficial%20475%20del%2021%20Diciembre%201955%20Art%C3%ADculo,los%20actos%20de%20comercio%2C%20aunque%20sean%20ejecutados%20por>

(2021). *Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos.* Gaceta No 6.656 publicada 15 de octubre de 2021. Asamblea Nacional.

<https://www.asambleanacional.gob.ve/leyes/sancionadas/ley-para-el-fomento-y-desarrollo-de-nuevos-emprendimientos>

Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, Socialismo y Democracia.* Ediciones Orbis, S.A.

Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) (2010). *Desarrollando Mujeres Empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES.* http://iberpyme.sela.org/aDocs/Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYME_S.pdf

Terán-Yépez, E.F. y Guerrero-Mora, A.M. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio Comparativo entre países. *Mikarimin*, 5 (2), 77-86. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1275/1174#:~:text=El%20emprendimiento%20por%20oportunidad%20refleja%20los%20esfuerzos%20de,opciones%20para%20trabajar%20et%20al.%2C%202001%2C%20p.8%29.>

Vanegas Calderón, E.M. (2022). *Centro de Emprendimiento e Innovación Casa Social de la Mujer de Zipaquirá.* [Trabajo de Grado de Maestría, Universidad de la Salle, Colombia]. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1228&context=maest_gestion_desarrollo

Zambrano Vargas, S.M.; Urbiola Solís, A.E. y Vázquez García, A.W. (2020): El emprendimiento desde las prácticas discursivas feministas contemporáneas. *Pensamiento & Gestión*, 48, 86-110.

APÉNDICES Y ANEXOS

Apéndice 1.

Instrumento: Diseño de un centro de emprendimiento de mujeres para la Asociación Venezolana de Mujeres

Estimadas,

La presente encuesta ha sido diseñada como parte de una investigación con el objetivo de diseñar un centro de emprendimiento de mujeres para la Asociación Venezolana de Mujeres en Caracas, con el propósito de capacitar a las emprendedoras y contribuir a este sector en Venezuela, utilizando para ello la metodología de marco lógico.

A través de su colaboración, será posible obtener información que nos permitirá evaluar la aceptabilidad en torno a la creación de un centro de apoyo a la mujer emprendedora.

Agradecemos su tiempo y sinceridad para responder cada una de las preguntas que se plantean a continuación:

1. ¿En qué edad se ubica Ud.? *

- 18-25
- 26-35
- 36-50
- 51-65
- 65+

2. Indique su nivel académico *

- Primaria
- Secundaria
- Terciaria / Universitaria
- Doctorado

3. Estado civil actual *

- Soltera
- Unión estable de hecho
- Casada
- Divorciada
- Viuda
- Separada

4. Indique el número de personas que conforman su núcleo familiar *

- 1-3 personas
- 4-6 personas
- 7-9 personas
- 10 + personas

5. ¿Tiene Ud. hijos o hijas?

- Sí
- No

6. En caso afirmativo, indique cuántos tiene: _____

- 1 hijo o hija
- 2-4 hijos o hijas
- 5+ hijos o hijas

7. En caso afirmativo, por favor indique si son menores de edad

- Sí
- No

9. Situación laboral actual: *

- Empleo a tiempo completo
- Empleo a medio tiempo
- Desempleada
- Autoempleo o FreeLancer

- Otra:

10. ¿Es Ud. jefa de hogar? *

- Sí
- No

11. ¿En su hogar hay otras fuentes de ingreso?

- Pareja
- Progenitor
- Hijo o hija
- Familiar - miembro del núcleo familiar- (Ejemplo: primos, primas, sobrinos, sobrinas, ahijados, ahijadas)
- No

12. Por favor indique el nivel de ingreso mensual actual *

- 0-100 USD
- 100-400 USD
- 401-800 USD
- 801-1000 USD
- 1001 USD +

13. ¿Tiene Ud. personas bajo su cuidado? *

- Personas con discapacidad o con algún tipo de discapacidad
- Persona con enfermedad crónica
- Adulto mayor
- Menores de edad (nietos, nietas, ahijados, ahijadas, otros familiares)
- No

14. ¿Tiene conocimiento sobre que es un emprendimiento? *

- Sí
- No

15. ¿Tiene pensado impulsar algún emprendimiento o actividad próximamente? *

- Sí
- No
- Tal vez

16. En caso de respuesta afirmativa, ¿Cuál es el área de interés de su emprendimiento o proyecto de negocio? *

- Elaboración de artesanía, escultura y/o manualidades
- Comercialización de productos de primera necesidad (alimentos y/o medicinas)
- Comercialización de prendas de vestir (Compra al mayor - Venta al detal)
- Belleza (peluquería, estética)
- Costura (confección y/o arreglo)
- Gastronomía (preparación de comida, postres, pastelería, panadería, catering, comida rápida)
- Asistencia técnica (mantenimiento de redes, equipos electrónicos, etc.)
- Otros

17. ¿Conoce usted alguna institución que brinde asesoría comercial, económica, financiera y administrativa a las emprendedoras? *

- Sí
- No

18. En caso afirmativo, por favor indique el nombre de la institución o centro

19. ¿Estaría Ud. interesada en contar con un Centro de emprendimiento de mujeres?

- Sí
- No
- Tal vez

20. En caso afirmativo, ¿Qué tipo de servicios le gustaría encontrar en el Centro?

- Programas de capacitación en mercado y logística
- Sesiones de asesoría en materia comercial, aduanera, financiera y legal
- Sesiones informativas en materia comercial, aduanera, financiera y legal
- Espacios de encuentro e intercambio
- Otras (opción abierta)

21. Para la asistencia ¿Cuál sería la modalidad de su preferencia?

- Presencial
- Virtual
- Semi-presencial

22. ¿Cuántas horas dispondría al mes para atender a esos servicios?

- 1-3 horas al mes
- 4-6 horas al mes
- 7-9+ horas al mes

23. En su opinión ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta actualmente para emprender?

- Falta de financiamiento
- Falta de acompañamiento / asesoramiento
- Desconocimiento del mercado
- Limitaciones en la legislación
- Carencia de recursos tecnológicos.
- Carencia en recursos educativos
- Falta de tiempo
- Otra (opción abierta)

Apéndice 2.

Presentación de Resultados

Tabla 8.*Edad*

| Rango de edad | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| 18-25 | 4 | 2,60% |
| 26-35 | 12 | 7,70% |
| 36-50 | 73 | 47,10% |
| 51-65 | 56 | 36,10% |
| 65+ | 10 | 6,50% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 9.*Nivel académico*

| Nivel académico | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|------------|
| Primaria | 0 | 0% |
| Secundaria | 14 | 9% |
| Terciaria / Universitaria | 134 | 86,50% |
| Doctorado | 7 | 4,50% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 10.*Estado civil actual*

| Estado civil | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| Soltera | 45 | 29% |
| Unión estable de hecho | 17 | 11% |
| Casada | 71 | 45,80% |
| Divorciada | 16 | 10,30% |
| Viuda | 4 | 2,60% |
| Separada | 1 | 1,60 |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 11. Núcleo familiar

| Núcleo familiar | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| 1-3 personas | 82 | 52,90% |
| 4-6 personas | 68 | 43,90% |
| 7-9 personas | 4 | 2,60% |
| 10 + personas | 1 | 0,60% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 12. Hijos

| Hijos | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Sí | 124 | 80% |
| No | 31 | 20% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 13. Cantidad de hijos

| Cantidad de Hijos | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| 1 hijo o hija | 44 | 28,40% |
| 2-4 hijos o hijas | 80 | 51,60% |
| 5+ hijos o hijas | 0 | 0% |
| No | | |
| Total | 124 | 100% |

Tabla 14. Hijos menores de edad

| Hijos menores de edad | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|------------|
| Sí | 66 | 53,23% |
| No | 58 | 46,77% |
| Total | 124 | 100% |

Tabla 15. Situación laboral

| Situación laboral actual | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Empleo a tiempo completo | 32 | 20,80% |
| Empleo a medio tiempo | 19 | 12,30% |
| Autoempleo o freelance | 74 | 45,50% |
| Desempleada | 28 | 18,20% |
| Otra: Jubilada | 2 | 3,20 |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 16. Jefa de hogar

| Jefa de hogar | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Sí | 111 | 71,60% |
| No | 44 | 28,40% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 17. Fuentes de ingreso

| Fuentes de ingreso | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|------------|
| Pareja | 80 | 51,60% |
| Progenitor | 15 | 9,70% |
| Hijo o hija | 13 | 8,40% |
| Familiar | 8 | 5,20% |
| No hay otras fuentes de ingreso | 39 | 25,20% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 18. Nivel de ingreso mensual actual

| Nivel de ingreso mensual | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| 0-100 USD | 60 | 38,70% |
| 100-400 USD | 71 | 45,80% |
| 401-800 USD | 17 | 11% |
| 801-1000 USD | 4 | 2,60% |
| 1001 USD + | 3 | 1,90% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 19. *Personas bajo cuidado*

| Personas bajo cuidado | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|-------------------|-------------------|
| Sí | 71 | 45,80% |
| No | 84 | 54,20% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 20. *Condición personas bajo cuidado*

| Condición personas bajo cuidado | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Personas con discapacidad o con algún tipo de discapacidad | 8 | 11,27% |
| Persona con enfermedad crónica | 4 | 5,63% |
| Adulto mayor | 41 | 57,75% |
| Menores de edad | 17 | 23,94% |
| Mascota | 1 | 1,41% |
| Total | 71 | 100% |

Tabla 21. *Conocimiento sobre que es un emprendimiento*

| Conocimiento sobre qué es un emprendimiento | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Sí | 152 | 98,10 |
| No | 3 | 1,90% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 22. *Deseo de impulsar algún emprendimiento o actividad próximamente*

| Deseo de impulsar algún emprendimiento o actividad próximamente | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| | | |

| | | |
|---------|-----|-------|
| Sí | 134 | 86,50 |
| No | 20 | 12,90 |
| Tal vez | 1 | 0,60 |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 23. Área de interés de su emprendimiento o proyecto de negocio

| Área de interés de emprendimiento | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Elaboración de artesanía, escultura y/o manualidades | 20 | 14,82% |
| Comercialización de productos de primera necesidad (alimentos y/o medicinas) | 5 | 3,70% |
| Comercialización de prendas de vestir (Compra al mayor - Venta al detal) | 8 | 5,93% |
| Belleza (peluquería, estética) | 7 | 5,19% |
| Costura (confección y/o arreglo) | 10 | 7,41% |
| Gastronomía (preparación de comida, postres, pastelería, panadería, catering, comida rápida) | 42 | 31,10% |
| Asistencia técnica (mantenimiento de redes, equipos electrónicos, etc.) | 11 | 8,15% |
| Otros | 32 | 23,70% |
| Total | 135 | 100% |

Tabla 24. *Conocimiento de institución que brinde asesoría*

| Conocimiento de alguna institución que brinde asesoría comercial, económica, financiera y administrativa a las emprendedoras | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Sí | 33 | 21,30% |
| No | 122 | 78,70% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 25. *Nombre de la institución*

| Nombre de la institución | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Ucab | 5 | 15,15% |
| Banmujer | 2 | 6,06% |
| Estructura Servicios | 1 | 3,03% |
| Profesionales y La Casa del Emprendimiento | | |
| Asociación | 1 | 3,03% |
| Venezolana de Mujeres | | |
| Fundación | 4 | 12,12% |
| Empresas Polar | | |
| Banesco | 3 | 9,09% |
| Fundes | 3 | 9,09% |
| Programa Mujeres con Propósito | | |
| Trabajo y Persona, Poder Femenino | 1 | 3,03% |
| Universidad del emprendimiento es en línea | 1 | 3,03% |
| Aliadas en Cadena | 2 | 6,06% |

| | | |
|---|-----------|-------------|
| Banco Mercantil | 1 | 3,03% |
| FreyaCH | 1 | 3,03% |
| Amev de Venezuela | 1 | 3,03% |
| Banco de Venezuela | 1 | 3,03% |
| Canal de Empresarias, Impacthub Caracas | 1 | 3,03% |
| MUU, Fundraising, Embajadas, Innovación LATAM | 1 | 3,03% |
| Total | 33 | 100% |

Tabla 26. *Interés en contar con un Centro de emprendimiento de mujeres*

| Interés en contar con un Centro de emprendimiento de mujeres | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Sí | 148 | 95,50% |
| No | 0 | 0% |
| Tal vez | 7 | 4,50% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 27. *Modalidad de preferencia para asistir al centro*

| Interés en contar con un Centro de emprendimiento de mujeres | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Presencial | 31 | 20,10% |
| Virtual | 69 | 44,20% |
| Semi-presencial | 55 | 35,70% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 28. *Tiempo disponible para asistir al servicio del centro*

| Horas disponibles al mes para atender al servicio ofrecido por el centro | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| 1-3 horas al mes | 38 | 24,70% |
| 4-6 horas al mes | 67 | 43,50 |
| 7-9 horas al mes | 46 | 29,90% |
| + 9 horas al mes | 1 | 0,60% |
| Total | 155 | 100% |

Tabla 29. *Servicios ofrecidos por el centro*

| Servicios | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Programas de capacitación en mercado y logística | 113 | 67,7% |
| Sesiones de asesoría (comercial, legal, económica, financiera y administrativa | 114 | 68,3% |
| sesiones informativas en materia comercial, aduanera, financiera y legal | 68 | 40,7% |
| espacios de encuentro e intercambio | 98 | 58,7% |
| Otras: gerencias, capacitaciones financieras | 01 | 0,6% |
| Otras: acceso a micro créditos, financiamiento | 01 | 0,6% |
| Otras: asesoría emocional y mentalidad | 01 | 0,6% |
| Otras: no saber | 01 | 0,6% |

| | | |
|-------------------|-----|------|
| Otras: más praxis | 01 | 0,6% |
| Total | 398 | |

Tabla 30. Dificultades percibidas para emprender

| Servicios | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Falta de financiamiento | 134 | 67,7% |
| Falta de acompañamiento / asesoramiento | 92 | 68,3% |
| Desconocimiento del mercado | 46 | 40,7% |
| Carencia de recursos tecnológicos | 29 | |
| Carencia de recursos educativos | 20 | 58,7% |
| Falta de tiempo | 17 | 0,6% |
| Otras: estar de reposo por COVID | 01 | 0,6% |
| Otras: asesoría emocional y mentalidad economía nacional fluctuante | 01 | 0,6% |
| Otras: falta de seguridad jurídica | 01 | 0,6% |
| Otras: distribución y comercialización de productos | 01 | 0,6% |
| Otras: gestión del tiempo de mis hijos | 01 | 0,6% |
| Otras: falta de preparación en el cambio de mentalidad de empleada a emprendedora | 01 | 0,6% |
| Total | 290 | |