
EMPODERANDO A LAS MUJERES VENEZOLANAS A TRAVÉS DEL EMPRENDIMIENTO: DISEÑO DE UN CENTRO PARA LA ASOCIACIÓN VENEZOLANA DE MUJERES

Giménez Jiménez, Lorena Aymara

Universidad Monteavila

Caracas, Venezuela

gimenez.lorena1@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6686-9424>

Prince Machado, Marcella Solange

Universidad Monteavila

Caracas, Venezuela

marcela.prince@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4343-0775>

RESUMEN

La actividad emprendedora es un factor clave para el progreso, la innovación y el bienestar de las naciones, el cual busca responder a las necesidades y desafíos de las sociedades para mejorar la calidad de vida de los sectores más vulnerados. El objetivo de esta investigación fue diseñar un centro de emprendimiento para la Asociación Venezolana de Mujeres (AVM). Para lograrlo, se siguió una metodología participativa que incluyó entrevistas a 155 mujeres, lo que permitió definir el perfil de quienes respaldan a la AVM y mediante la observación y la aplicación de la metodología del Marco Lógico, se diseñó la matriz correspondiente. En el contexto de la investigación, se consideró que para que el impulso emprendedor de las mujeres en Venezuela se mantenga, requieren recibir herramientas que les permita acometer el proceso emprendedor de manera exitosa. En las recomendaciones que se realizan a la AVM se tiene que, para pasar a la fase de ejecución del proyecto esta organización debe incluir actividades orientadas a apoyar el autoempleo, evaluar los costos asociados, los responsables y los tiempos institucionales. Igualmente debe evaluar la ampliación del alcance del proyecto diseñado luego de cumplidos los cuatro (4) años de funcionamiento, para incorporar las necesidades de la emprendedora propietaria en su fase de consolidación del proceso emprendedor. Se destaca que el proyecto del Centro de Emprendimiento fue puesto en marcha en septiembre del 2023 por la Asociación Venezolana de Mujeres.

Palabras clave: Centro de emprendimiento, marco lógico, Asociación Venezolana de Mujeres.

ABSTRACT

Entrepreneurial activity is a key factor for the progress, innovation and well-being of nations, which seeks to respond to the needs and challenges of societies in order to improve the quality of life of the most vulnerable sectors. The objective of this research was to design an entrepreneurship center for the Venezuelan Women's Association (AVM). To achieve this, a participatory methodology was used, including interviews with 155 women, which allowed us to define the profile of those who support AVM. In addition, through observation and the application of the Logical Framework methodology, the corresponding matrix was designed. In the context of the research, it was considered that for the entrepreneurial impulse of women in Venezuela to be

maintained, they need to be provided with tools to allow them to undertake the entrepreneurial process successfully. The recommendations made to the AVM include that, in order to move on to the project execution phase, this organization should include activities aimed at supporting self-employment, evaluate the associated costs, personnel and institutional timeframe. It should also evaluate the extension of the scope of the project designed after four (4) years of operation, in order to incorporate the needs of the owner-entrepreneur in their consolidation phase of the entrepreneurial process. It should be noted that the Entrepreneurship Center project was launched in September 2023 by AVM.

Keywords: Entrepreneurship center, logical framework, Venezuelan Women's Association.

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a datos del Observatorio de Complejidad Económica (OCE, 2022), en los últimos diez años, la economía venezolana ha sufrido importantes contracciones, pasando del puesto # 61 en 2010 al #109. De esta situación da cuenta también la Confederación Venezolana de Industriales (CONINDUSTRIA, 2021) en la encuesta cualitativa de coyuntura industrial del 2020 donde en el mismo periodo (2011-2021), el PIB real del sector manufacturero descendió 94%.

Como respuesta a esta situación, ocurrió la progresiva incorporación de la fuerza de trabajo hacia la actividad informal o trabajos por cuenta propia, con vacíos que admiten la discrecionalidad y ante la ausencia de condiciones para el desarrollo de negocios y emprendimientos sostenibles.

Para 2018 el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) identificaba al 75% de la población en edad de trabajar, es decir 23.618.830 de venezolanos, de los cuales el 64% estaban ocupados en los sectores formales e informales de la economía, 57% hombres, y 43% de mujeres.

Al analizar el grupo de personas activas laboralmente, la brecha existente entre hombres y mujeres se incrementa: el sector informal, integrado por personas que trabajan en microempresas (empresas con menos de 10 trabajadores), la proporción entre hombre y mujeres representa 65% y 35% respectivamente. Mientras que aquellos que se reconocen a sí mismos como empleadores representan el 1% del sector, con un 88% de hombres, en contraposición con el 12% de mujeres (INE, 2018).

Igualmente, el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2023, desde mediados de 2020 en Venezuela ha habido un proceso de reforma económica, con la supresión de algunos controles cambiarios y aduanales, que han desregularizado la economía. Esta situación trajo consigo la ralentización del incremento de la pobreza, en especial de la pobreza multidimensional¹. Sin embargo, esta leve recuperación económica ha mantenido las diferencias entre hombres y mujeres emprendedores es de 65.7% y 39.1% respectivamente (GEM, 2023).

Igualmente, en el informe GEM del 2011, se señala que las emprendedoras venezolanas se concentran en el segmento D de la población (media baja –incluyendo pobreza moderada), en actividades relacionadas a los sectores de alimentos, estética y confección de moda y son emprendimientos mayormente iniciados por necesidad.

Ante estos hechos, resulta preciso diseñar un Centro de emprendimiento para mujeres que aborde estos desafíos de manera temprana y efectiva, para ofrecerles oportunidades de progreso, impulsando así su desarrollo económico personal y familiar, y de sus comunidades, teniendo en cuenta las condiciones del entorno (Gutiérrez et al., 2017).

2. MARCO CONCEPTUAL

Para esta investigación se abordó el emprendimiento a la luz del pensamiento de los siguientes autores: Richard Cantillon, define al emprendedor como la persona que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre (Cantillon, 1755).

El economista Joseph Schumpeter, destacó el rol del emprendedor como el de reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención (Schumpeter, 1942, p. 118).

Este concepto es ampliado por Israel Kirzner, economista de la escuela Austriaca, quien expresa 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 informe GEM del 2001 (Reynolds, et. al. 2001), diferencia el emprendimiento entre quienes buscan oportunidades y quienes participan por necesidad (p.16); los patrones son bastante diferentes, por una parte, la naturaleza voluntaria de participación y por la otra, quien se ve forzado por las circunstancias; se tiene además que el emprendimiento por necesidad es mayor en países donde las mujeres están menos empoderadas en la economía (p. 5).

Para el Informe del 2011 GEM clasifica el proceso emprendedor en tres etapas: 1) concepción del emprendimiento; 2) nacimiento del negocio y 3) persistencia e identifica los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos (GEM, 2011, p.19).

Así mismo, para estudiar los fenómenos diferenciados que afectan a las mujeres con respecto a los hombres al momento de emprender se utilizó la teoría feminista desde una perspectiva integrada, que sugiere que las mujeres ven sus negocios como sistemas interconectados de relaciones con su mundo social y familiar (Harding, 1986); también se utilizó la teoría institucional y la corriente post-estructural feminista, que abordan las bases históricas que han excluido a las mujeres de la economía y el análisis del lenguaje como una forma de representación de la realidad (Ahl y Marlow, 2012)

3. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación es de tipo investigación aplicada participativa, porque incluye cualquier esfuerzo sistemático y socializado por resolver problemas, identificar necesidades propias de un colectivo (Vargas 2009), comprende el diseño de una propuesta operativa para solucionar una necesidad de atender a las mujeres con intenciones de emprender o emprendedoras potenciales. De igual forma es un tipo de investigación práctica enfocada en el diagnóstico realizado mediante la aplicación de una encuesta ad hoc en el 1er trimestre de 2023, compuesta por 23 preguntas, respondida por 155 mujeres.

Los criterios de inclusión fueron: (a) formar parte del colectivo de la AVM; (b) las mujeres que expresaron su intención de emprender o que hayan emprendido en los últimos tres (3) años; (c) mujeres mayores de 18 años; y como criterios de exclusión: (a) mujeres expresan su intención de no emprender.

Para el diseño del plan de un Centro de emprendimiento se utilizó la Metodología del Marco Lógico (MML), luego de analizar los resultados mediante la estadística descriptiva, se obtuvo así la relación técnico funcional entre los niveles estratégico, programático y operativo, que es de vital importancia para que los proyectos se cumplan con las metas para lo cual fueron diseñados (Ortegón, Pacheco y Prieto, 2015).

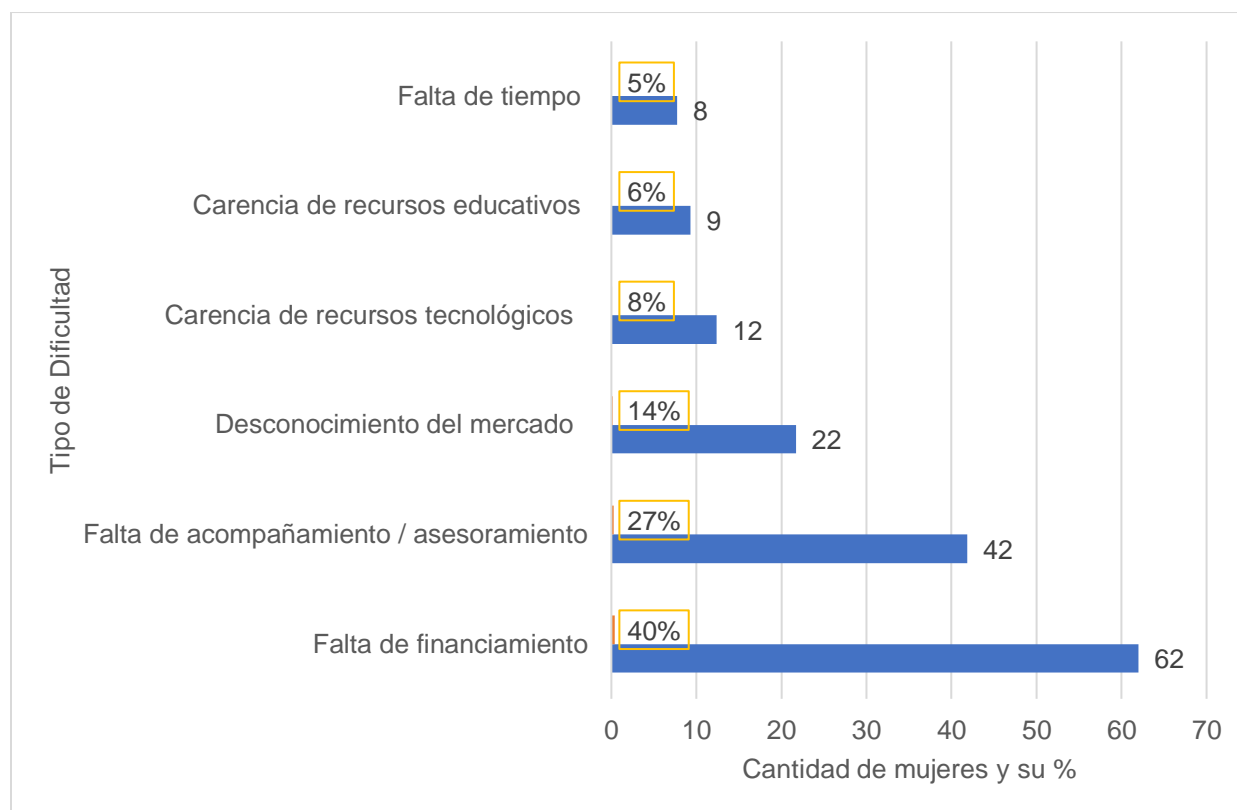
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El diagnóstico participativo permitió identificar el perfil socio económico y familiar de la emprendedora, y los temas de interés, tiempo disponible y percepción en torno al emprendimiento. Se encontró que más de dos tercios de las participantes se encuentra en el rango de 36 a 65 años en adelante, con uno (1) a cuatro (4) hijos, con nivel terciario educativo; se consideran jefas de hogar e ingreso promedio entre 100 y 400 dólares mensuales. En cuanto al estado civil más de la mitad están casadas o en uniones estables de hecho.

Igualmente, los resultados de las dificultades que enfrentan para emprender coinciden con lo reportado en la literatura y es la falta de acceso al financiamiento; seguido por la falta de acompañamiento o asesoraría efectiva. Los resultados se observan en la figura a continuación:

Figura 1.

Dificultades percibidas para emprender. Fuente: elaboración propia



De igual forma, se evidenció que la fase en el proceso que requiere mayor atención es la de inicio, y más de dos tercios de la muestra se encontraban con intención de emprender o iniciando sus procesos de emprendimiento. Con esta información se diseñó el Centro de emprendimiento de mujeres con la MML. Para ello se analizaron a las involucradas, se discutió el árbol del problema para posteriormente desarrollar el propósito.

En el análisis de problemas, se determinó el problema central: “fracaso temprano de los emprendimientos iniciados por mujeres”. Entre las causas primordiales se encuentra el emprendimiento por necesidad, situación que lleva a las emprendedoras a desconocer el mercado, lo que, en algunos casos, conlleva a saturar el mercado con productos similares. Este fenómeno se origina porque los emprendimientos se inician como una respuesta para conciliar la vida familiar, con poco capital y con el objetivo de generar ingresos adicionales. Esta circunstancia, a su vez, contribuye a que sean poco innovadores, limitando las posibilidades de crecimiento a largo plazo

En cuanto al análisis de los involucrados, la AVM está conformada por cinco grupos: la Junta Directiva, el Personal de Planta, las Asociadas, las Asociadas Emprendedoras y las interesadas, como resultado se aprecia que los intereses de todos los grupos son similares y están buscando tener acceso a asesorías comerciales, económicas, financieras y administrativas.

En cuanto al análisis de los objetivos, el propósito es “apoyar el éxito de los emprendimientos iniciados por mujeres, cuenten con el acompañamiento necesario, optimizando así el tiempo disponible con el que ellas cuentan”.

Seguidamente, para el análisis de alternativas, se propone que el Centro cuente con una estructura que incorpore las áreas comerciales, económicas, financieras y administrativas, abordando el interés de las involucradas a través de los siguientes componentes y actividades

para impulsarlos: (a) Programas de capacitación en mercado y logística, mediante el desarrollo de módulos en análisis de entorno; (b) Sesiones informativas en materia comercial, aduanera, financiera, legal, mediante conferencias sobre relacionamiento con proveedores, asesorías en cálculo de estructura de costo y punto de equilibrio y desarrollar un plan para desarrollar el proyecto de emprendimiento; y el último componente (c) el establecimiento de espacios de encuentro e intercambio con otras emprendedoras.

En cuanto al resumen narrativo de objetivos, se identificaron tres fines, que constituyen el nivel de decisión a ser alcanzados en el mediano y largo plazo para el Centro. En el caso de la presente investigación se espera que los emprendimientos estén enfocados en desarrollar una idea propia o que les permita identificar oportunidades en el mercado, apoyándolas a emprender, reconociendo sus fortalezas y, por ende, impulsando emprendimientos innovadores, tendientes a contribuir no solo a su economía familiar, sino impactando positivamente a sus comunidades. Esto se evaluará mediante los indicadores de (a) el estado de resultados del tercer año después de culminado el proyecto, bajo el supuesto de que las mujeres tienen el potencial para ser unas emprendedoras exitosas con la guía y recursos adecuados; (b) aumento en la autoestima de la emprendedora y (c) el aumento en los emprendimientos innovadores, validado en ambos casos mediante una encuesta a las emprendedoras.

5. CONCLUSIONES

Para que el impulso emprendedor de las mujeres en Venezuela se mantenga en el tiempo, ellas requieren recibir herramientas para asumir su proceso emprendedor de manera exitosa. La MML permitió diseñar el Plan de un Centro de emprendimiento para la AVM, el cual puede ser aplicado en otras latitudes para apoyar a las mujeres emprendedoras a identificar oportunidades, potenciar sus conocimientos y habilidades, coadyuvando el desarrollo de regiones del país deprimidas.

Se recomendó que previo a la fase de ejecución del proyecto, seguir detallando las actividades, costos asociados y responsables. Este proyecto se llevó a su fase de implementación en septiembre del 2023, luego de que la AVM identificara los tiempos institucionales para ponerlo en funcionamiento y las fuentes de financiamiento.

Con esto se espera que el Centro brinde oportunidades que permitan observar de una manera real e innovadora el entorno, atendiendo a las necesidades de desarrollo personal y de generación de ingresos de las emprendedoras, al tiempo que se atienden las necesidades del mercado venezolano con emprendimientos orientados a contribuir a los sectores productivos del país, como fuerza impulsora de diversificación, bienestar y desarrollo.

REFERENCIAS

- Ahl, H., Marlow, S. (2012) Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5): 543-562. <http://dx.doi.org/10.1177/1350508412448695>
- AVM (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.
- 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.*
- GEM (2011). *Informe ejecutivo, Venezuela 2009-2010*. IESA. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=47437>

-
- GEM (2023). *Resultados Venezuela 2022. Marzo 2023*. IESA - UCAB.
- Gutiérrez, J., Díaz, J., y Sulbarán, M. (2017). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(4), 98-107.
- Harding, S. (1986). *The science question in feminism*. Cornell University Press.
<https://archive.org/details/sciencequestioni0000hard/page/n5/mode/2up>
- INE (2018). *Indicadores Globales Instituto Nacional de Estadística*.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago Press.
- Martínez, D y González, D. (2020). Emprendimiento y responsabilidad social empresarial en Venezuela. *Estudios Gerenciales y de las Organizaciones*, 4 (8), 225-252.
- OCE (2022). *Country Rankings*. MIT.
- Ortegón, E., Pacheco, J. F: y Prieto, A. (2015) *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. CEPAL serie manuales.
- Reynolds, P.D., et. al. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor 2001*. GEM
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Orbis.
- Vargas C., Z. R. (2009) La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165.

¹ Los autores del trabajo autorizan a la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICyT) a publicar este resumen en extenso en las Actas del Congreso IDI-UNICyT 2023 en Acceso Abierto (Open Access) en formato digital (PDF) e integrarlos en diversas plataformas online bajo la licencia CC: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.