



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO DE SUCRE  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA**

# **EL MICRO EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL CASCO CENTRAL DE LA CIUDAD DE CARÚPANO, AÑO 2020.**

Autoras:

**Bra. María V. Díaz A.**

**Bra. Arlenis J. Bravo L.**

Tutor:

**Prof. Jesús E. Urquiola U.**

Trabajo de Grado, modalidad tesis, presentado como requisito parcial para optar al Título de Licenciadas en Sociología

**Carúpano, mayo de 2021**



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO DE SUCRE  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA**

Autoras:

**Bra. María V. Díaz A.  
Bra. Arlenis J. Bravo L.**

Tutor:

**Prof. Jesús E. Urquiola U.**

**RESUMEN**

La Presente investigación se realizó con el propósito de analizar el micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano durante el período 2020. Sus fundamentos teóricos se integraron en enfoques modernos planteados por el sociólogo, economista y escritor Jaysuño Abramovich Schwartzberg, sobre la feminización del trabajo y economía del emprendimiento. Los objetivos específicos del presente estudio se centraron en identificar los agentes sociales que intervienen en la racionalidad del micro emprendimiento femenino para describir su diversificación tipológica en la feminización del mercado, clasificando los factores socioeconómicos inherentes a su capitalización productiva en el casco central de la ciudad de Carúpano. La arquitectura metodológica del estudio es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y su diseño es de campo; la población objeto de estudio estuvo conformada por trescientas (300) mujeres micro emprendedoras ubicadas en el casco central de la ciudad, de las cuales se sustrajo una muestra representativa de noventa (90) féminas sometidas a un cuestionario integrado por veintidós (22) preguntas cerradas de selección simple y múltiple, de las que se obtuvieron datos estadísticos procesados mediante frecuencia absoluta y porcentual. Cuyos resultados concluyentes demuestran que las féminas micro emprendedoras de la población objeto de estudio son inducidas a emprender actividades productivas para cumplir con las exigencias económicas requeridas por agentes sociales como la familia, la cultura y la academia. Otro resultado concluyente indica que las mujeres carupaneras perciben, acceden y usan la ciudad para materializar sus actividades productivas constituyendo un mercado distintivo, feminizado y asociado a su experiencia en sectores como: gastronomía, estética, belleza y servicios informáticos. Así mismo la dinámica comercial de este mercado interviene en sus relaciones de producción determinando su nivel de vida, autonomía financiera, innovación de carteras, oportunidades de crecimiento y capacidad de negociación.

**Palabras Claves:** Micro emprendimiento, Feminización de mercado, subjetividad femenina y cultura del emprendimiento

## INDICE

RESUMEN .....	ii
<b>INDICE</b> .....	iii
INTRODUCCION .....	1
CAPITULO I .....	4
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	4
1.1 EL PROBLEMA .....	4
1.2- OBJETIVOS DE INVESTIGACION .....	9
1.2.1- OBJETIVO GENERAL.....	9
1.2.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	9
1.3- JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
CAPITULO II .....	11
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	11
2.1- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
2.1.1- ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	11
2.1.2- ANTECEDENTES NACIONALES. ....	13
2.1.3- ANTECEDENTE LOCAL.....	15
2.1.4 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MICRO EMPRENDIMIENTO.....	15
2.2-BASES TEÓRICAS. ....	17
2.3-BASES LEGALES .....	21
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999).....	21
Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras .....	22
Ley de Igualdad de Oportunidades para la Mujer.....	23
CAPITULO III .....	25
MARCO METODOLÓGICO.....	25
3.1- TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.2- NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.3- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	26

3.4 POBLACIÓN O UNIVERSO DE ESTUDIO .....	26
3.4.1- LA MUESTRA.....	27
3.5- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	27
3.5.1- OBSERVACIÓN .....	27
3.5.1.2- TIPO DE OBSERVACIÓN. ....	28
3.6- INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	28
3.7-FUENTES DE INFORMACIÓN .....	29
CAPITULO IV .....	30
PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS .....	30
4.1.- TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS. ....	30
4.2- DATOS PERSONALES .....	30
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
- CONCLUSIONES.....	64
- RECOMENDACIONES .....	67
REFERENCIAS BIBLOGRÁFICAS .....	68
ANEXOS .....	70
METADATOS.....	74

## INTRODUCCION

La presente investigación se centró en analizar el proceso de comercialización implícito en la construcción social y económica de estereotipos urbanos, cristalizados en los complejos procesos productivos que han venido desempeñando las féminas Micro emprendedoras. De manera que sus actividades comerciales se refieren a la subjetividad e institucionalización del trabajo extra doméstico.

Las actividades comerciales de carácter extra doméstico constituyen una diversidad de factores socioeconómicos en las relaciones de negociación y consumo que demanda cada ciudad venezolana. En este punto, el micro emprendimiento femenino es considerado un hecho social inherente a la diversificación tipológica de la economía local debido al incremento constante de alternativas que han producido transformaciones en la vida cotidiana de las mujeres.

La cotidianidad económica de las mujeres emprendedoras implica un reto significativo ante la dominación simbólica del patriarcado en la economía nacional, puesto que se le han adjudicado roles vinculados a la domesticación de su fuerza de trabajo; sin embargo, las micro emprendedoras venezolanas han logrado despojarse de la masculinización de los procesos productivos a través de la constitución de espacios distintivos que permiten la conversión de su rutina doméstica en actividades transables para la capitalización de activos productivos.

La diversificación de actividades comerciales que devienen en activos productivos se traduce en sectores como la gastronomía, estética, belleza, y servicios de informática que instauran un nuevo modelo comercial sustentado en la feminización de un mercado caracterizado por el abanico de posibilidades que describen la forma de cómo las mujeres perciben, acceden y usan la ciudad.

La infraestructura comercial del mercado femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano, está vinculada al arduo proceso histórico de emancipación femenina en la economía local; razón por la cual, las féminas emprendedoras que integran la población objeto de estudio realizan sus actividades en un 58% en el sector gastronómico (Panaderías,

loncherías, restaurantes y buhoneros), 30% estética y belleza (Peluquerías, extensión de pestañas, depilación, pigmentación de cejas, sistemas de uñas, manicura, pedicura y Spa) y 12% servicios informáticos (transferencia de saldo, servicios de internet, llamadas telefónicas, revisión de plataforma patria, tramites de cuentas bancarias, transcripción de trabajos fotocopias, escaneos, impresiones, diseños gráficos e instalación de software).

La dinámica de consumo en esta infraestructura comercial puede variar según su tradición regional y temporadas locales motivo por el cual algunos sectores suelen ser esporádicamente de mayor rentabilidad que otros. En el aspecto tradicional destacan los activos productivos vinculados a la cocina regional y representan un sector importante para las optativas e iniciativas de emprendimiento de las féminas locales; asimismo la demanda puede incrementar en temporadas como carnaval, semana santa y fiestas decembrinas gracias a las potencialidades justificadas en la economía de puerta que contabiliza el 75% de la recepción turística del estado.

En segundo orden, también se evidencia la vasta capacidad de comercialización icónica en la otredad femenina en el casco central de la ciudad de Carúpano representada en la producción de servicios y consumos vinculados con el sector de estética y belleza en el que la clientela de mujeres carupaneras consume su producto bajo la percepción de elecciones individuales que pueden variar a través de sus gustos, por los estilos y diseños que garanticen su cuidado personal.

Por último y no menos importante destaca el sector informático con un menor grado de comercialización y producción sexuada en el que las mujeres encuentran un mercado estable fundamentada en una demanda constante de los requerimientos y trámites exigidos por las instituciones que rodean el casco central de la ciudad.

Los aspectos relevantes de este artículo radican en el análisis de los mecanismos de feminización adoptados por la otredad femenina para la constitución de espacios comerciales que permiten la existencia de actividades productivas en aras de cumplir con las exigencias económicas requeridas por agentes sociales como la familia, la cultura y la academia. Es por ello, que los siguientes capítulos a saber evidencian la racionalidad sociológica de este fenómeno:

**Capítulo I:** Contiene el problema y sus generalidades contextuales en relación al micro emprendimiento Femenino, seguidamente se despliegan el objetivo general y los objetivos específicos a propósito del alcance inductivo de las variables que constituyen la actividad emprendedora de las féminas que hacen vida comercial en el casco central de la ciudad. Finalmente, se describe la relevancia paradigmática de la distinción de género que interviene la feminización de la producción.

**Capítulo II:** Constituido por el marco teórico referencial, donde se reflejan los antecedentes históricos y metodológicos integrados en el desenlace documental del emprendimiento Femenino, las bases teóricas y las bases legales que sustentan los esquemas y focalizaciones conceptuales que integran la racionalidad sociológica de este fenómeno.

**Capítulo III:** Señalado como metodología de la investigación, donde se especifica el enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación, empleando las técnicas e instrumentos de recolección de datos provenientes de la experiencia alcanzada por la población de estudio en las diversificación de actividades emprendedoras, así como sus fuentes de información.

**Capítulo IV:** Comprende el procesamiento y análisis de los resultados obtenidos a través de técnicas estadísticas que permitieron la cuantificación organizada de los ítems correspondientes a la diversificación tipológica del mercado femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano y los factores socioeconómicos que intervienen en sus dinámicas de comercialización y consumo.

# CAPITULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 EL PROBLEMA

La participación de la mujer en el micro emprendimiento es un hecho social de carácter estructural que se puede describir según su transversalidad sociológica. Ello implica contextualizar la feminización del mercado urbano como una alternativa económica institucionalizada en la subjetividad femenina.

El origen de esta identidad representa una evolución radical en las relaciones de producción institucionalizando comercialmente al género femenino a través del dinamismo entre la mujer y su entorno. Transformando así, roles y responsabilidades por actividades extra domésticas. En palabras de la economista Ana Alonso, para la revista Europea “Mujer emprendedora” (2020):

En estos últimos 20 años, los roles de género han experimentado grandísimas transformaciones y aquellos que les conciernen a la mujer han ido evolucionando de acuerdo con los retos que la sociedad, la economía y la política demandan de las mujeres. Por tanto, podemos decir que las mujeres han superado la barrera de la opresión domestica para redefinir su otredad con una significativa presencia en instituciones, Fundaciones, mercados internacionales y organizaciones empresariales.

Es evidente, que las actividades extra domésticas representan una dimensión constitutiva en la institucionalización comercial que caracteriza la labor económica del género femenino. No obstante, en ella converge una dualidad que puede interpretarse según el fin empleado por la fuerza de trabajo; en este punto se puede contextualizar la participación de la mujer en la economía formal a través de un empleo directo, así como también el autoempleo como actividad inherente al micro emprendimiento ejercido en plazas asociadas a mercados determinados por la economía informal.

Las actividades asociadas a la economía informal suelen ser una alternativa que favorece al micro emprendimiento femenino debido a que el autoempleo, la flexibilidad

laboral y la independencia económica se integran en las necesidades contemporáneas de la figura femenina. Es por ello, que esta actividad se establece en la vida de la mujer para fundamentar su crecimiento y desarrollo económico. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, año 2020):

Las mujeres han encabezado en los últimos años la recuperación del número de afiliados al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, el RETA afirmó que para el año 2019, en el bloque Europeo las mujeres ocuparon un 54,7% de participación emprendedora frente a un 43,3% de los varones.

Las cifras suministradas por el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, argumentan que el género femenino ha venido optando por actividades económicas o emancipadoras vinculantes a las generosidades del autoempleo. Las plazas asociadas al autoempleo pueden hacer referencia a la feminización del mercado de manera que, se estaría estableciendo un sector económico distintivo capitalizado por la otredad femenina. En este punto el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, año 2020), grafica una estratificación sectorial en la comunidad Europea resumiendo una participación de 47,2% en estética y belleza, 17,6% en gastronomía, y 8,32% en servicios informáticos.

Las mujeres viven una segunda revolución económica, en palabras de la Doctora Inma Tubella, Rectora de la universidad de Catalunya (Año. 2019) *“la revolución del mercado femenino es una alternativa que empieza a pensar en la mujer para mucho más que el rol de consumidoras domesticas; entendiendo su potencial de negociación para el consumo de servicios y productos diversificados”*. Es por ello, que las compañías y organizaciones se suman cada vez más a este principio adaptando sus políticas de producción y por ende sus productos a diseños orientados a explotar la subjetividad femenina y lo que puede representar según su capacidad de compra.

De acuerdo con los datos proporcionados por la consultora estratégica internacional The Boston Consulting-Group (BCG) (Año. 2019) *“las mujeres controlan el 65% de las compras mundiales y del mismo modo representan un 70% del gasto del consumo global”*. Desde una perspectiva más específica la feminización de mercado, implica una diversidad de relieves geográficos distintivos según la demanda de servicios y productos pertinentes a

las exigencias del género femenino, es por ello, que se puede detallar los requerimientos y ofertas que caracterizan al mercado latino. No obstante, sus consumidores son seguidores potenciales de modas y costumbres noroccidentales consideradas como un espacio de negociación delimitado por la industria de la belleza, el entretenimiento y el espectáculo.

En promedio el 63% de las negociaciones y compras de las latinas oscilan entre categorías como salud y belleza, moda, tecnologías, hogar, electrodomésticos y finalmente servicios gastronómicos. Según la Firma EY, *“la industria de la belleza es una de las más importantes en el mercado latino”* y su nivel de consumo es respaldado por las féminas mexicanas con un 45% de gastos presupuestarios en el aspecto físico, seguidamente las Peruanas con un 37%, y por último las Argentinas, Chilenas y Colombianas con un 30%. Por otra parte y no menos importante en Ecuador y Argentina, la balanza del consumo femenino se inclina por el sector de productos asociados a servicios tecnológicos e informáticos con un 56% y 49% respectivamente.

En consecuencia, el gasto presupuestario de las féminas latinoamericanas es un indicador latente para describir las relaciones comerciales implícitas en el mercado según los márgenes de negocio y consumo. No es casualidad que los datos oscilen entre un 40% y 50% del presupuesto anual haciendo de los segmentos anteriores una tendencia que indudablemente el género femenino ha aprovechado para emprender. En el caso de Venezuela según el GEM para el año 2019 cuatro de cada diez venezolanas desarrollo una actividad emprendedora.

Si bien es cierto que actualmente el país se encuentra en una condición especial con respecto a su economía, donde un alto porcentaje de mujeres venezolanas han tenido que recurrir a diversas actividades económicas alternativas que les permita desarrollar su creatividad para subsistir, de allí se desprende los datos aportados por el GEM, indicando que un 49% de las féminas venezolanas han decidido emprender, y a su vez concentran sus actividades en los sectores de alimentos, estética y confección de moda.

El emprendimiento femenino en Venezuela, representa una novedosa alternativa de carácter económico que se justifica sobre las necesidades que envuelven a la mujer venezolana, de modo que este sector de la población ha tenido que diseñar estrategias para

la negociación de productos y servicios que permitan explotar las tendencias del mercado local promoviendo así el autoempleo como una modalidad de trabajo permitiéndole a las féminas venezolanas una posible recuperación gradual de su capacidad económica para ser independientes y poder suplir propiamente sus necesidades vinculadas a su manutención físicas, familiares y académicas.

La interrelación latente entre autoempleo, emprendimiento y estrategias de supervivencia que han desarrollado las féminas venezolanas se pueden percibir en un complejo tejido constitutivo de las relaciones de producción demarcadas por su cotidianidad; sin embargo, su dinamismo económico esta inmiscuido en la forma de como las mujeres venezolanas perciben, acceden y usan la ciudad para materializar sus actividades comerciales. En este contexto, el micro emprendimiento femenino en Venezuela probablemente puede variar por el acondicionamiento geo espacial de la dualidad extra doméstica que demanda las actividades comerciales para la feminización del mercado en la composición urbana nacional. Es decir, que las actividades comerciales de las féminas están condicionadas por la diversidad de características implícitas en la relaciones de negociación y consumo que demandan cada ciudad venezolana.

La feminización del mercado, en el casco central de la ciudad de Carúpano puede clasificarse en primer lugar por la magnitud de mujeres asociadas al comercio. En este punto, el Departamento de Planeamiento Urbano de la Alcaldía del municipio Bermúdez para el año 2019 indicó que *“300 mujeres ejercen actividades comerciales vinculadas al emprendimiento en el sector formal e informal”*. Según los datos suministrados por esta entidad las féminas se dedican a los servicios gastronómicos e informáticos y por ultimo al sector de estética y belleza.

Los servicios gastronómicos están constituidos por micro emprendedoras bajo la modalidad de vendedoras ambulantes y buhoneras locales, este servicio sitúa su mercado en la variedad de postres (galletas, bombas rellenas, panes, marquesas, cremosos, tortas), dulces tradicionales de la región (buñuelos, conservas de coco, dulce de lechosa, pulpa de tamarindo, majarete, arroz con coco, besos de coco) y venta de comida criolla (arepas

rellenas, empanadas, hallacas), capaz de auto emplear a un sector importante de la población objeto de estudio.

El sector de servicios informáticos es de menor participación para las micro emprendedoras carupaneras, y consiste en actividades como: Transferencia de saldo, servicios de internet, llamadas telefónicas, revisión de la plataforma patria, así como también trámites de cuentas bancarias personales y jurídicas, transcripción de trabajos, fotocopias, escaneo e impresiones. Este sector, también tiene la capacidad de generar auto empleo y flexibilidad laboral.

En el sector de Estética y belleza las féminas carupaneras ofrecen artículos de diversas marcas, usos y presentaciones; este sector es uno de los de mayor relevancia en el tema del micro emprendimiento porque permite explotar la otredad femenina para constituir una plaza distintiva, estable y con un potencial de auto empleo, sustentabilidad y flexibilidad. Los productos de este sector tienen mucha demanda en la ciudad, puesto que las mujeres carupaneras necesitan de accesorios y cosméticos maquillaje, perfumes, cremas corporales, relojes, lentes de sol, zarcillos, cinturones, carteras, ropa y calzado, Servicio de peluquería, extensión de pestañas, depilación y pigmentación de cejas, Sistemas de uñas, manicura y pedicura.

En efecto, los sectores comerciales explotados por la mujer carupanera pueden estar vinculados al contexto de actividades extra domesticas que tienen la posibilidad de generarles autoempleo, flexibilidad laboral e independencia económica. Además, estos sectores comerciales posiblemente no penden solo de una idea, sino que también requieren de estrategias económicas implementadas por las féminas carupaneras para subsistir en medio de la crisis nacional.

En este sentido se comprende que las características del micro emprendimiento femenino en la ciudad de Carúpano puede representar una iconografía clave para describir la otredad femenina y su diversificación productiva en el tejido constitutivo de las actividades comerciales que feminizaron el mercado del casco central. Además que su diversificación tipológica puede aportar descriptores que permitan distinguir la demanda de actividades asociadas al consumo que a su vez la mujer carupanera aprovecha para

explotar, negociar y subsistir, obteniendo beneficios económicos y sociales situado en la racionalidad del mercado urbano. Razón por la cual, es indispensable plantear la siguiente interrogante **¿Cuáles son los agentes socioeconómicos que intervienen en la racionalidad del micro emprendimiento Femenino en el casco central de la Ciudad de Carúpano. Año 2020?**

## **1.2- OBJETIVOS DE INVESTIGACION**

### **1.2.1- OBJETIVO GENERAL**

- Analizar el micro emprendimiento Femenino en el casco central de la Ciudad de Carúpano. Año 2020.

### **1.2.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ✓ Identificar los agentes sociales que intervienen en la racionalidad del micro emprendimiento femenino en la población objeto de estudio.
- ✓ Describir la diversificación tipológica del mercado femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano.
- ✓ Clasificar los factores socioeconómicos implícitos en el micro emprendimiento femenino del casco central de la ciudad de Carúpano.

## **1.3- JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Investigar el Micro emprendimiento Femenino implica un exhaustivo abordaje paradigmático para la sociología de género; sin embargo, esta ciencia está íntimamente ligada al discernimiento epistémico de los hechos sociales que convergen en categorías complejas, tales como la mercantilización de estereotipos urbanos cristalizados en la feminización del mercado.

En efecto, el origen de este fenómeno representa una evolución radical para su contextualización metodológica, puesto que la racionalidad de la otredad femenina es una esfera insurgente en la relaciones de producción del estado Moderno. Esta investigación pretende entender a la mujer micro emprendedora en nuevo contexto que exige la instrumentación técnica para el hallazgo de sus responsabilidades extra domesticas

en instituciones, fundaciones, Mercados internacionales, organizaciones empresariales y esencialmente en la iniciativa privada.

Los resultados que se pretenden obtener en el Micro emprendimiento de las féminas Carupaneras se justifican no sólo desde el abordaje paradigmático y su contextualización metodológica. Sino que también, resulta útil graficar los posibles efectos particularizados en la individualización del autoempleo, la flexibilidad laboral y la independencia económica que caracterizan su insurgencia. Asimismo, sucede con la personificación de la ciudad que sirve como espacio en el que perciben y acceden al mercado para materializar sus actividades comerciales.

En este mismo orden los posibles hallazgos obtenidos sobre el juicio de la población objeto de estudio permitirán un registro confiable, sobre la diversidad de condiciones comerciales implícitas en la relaciones de negociación y consumo que demanda el mercado femenino latente en el casco central de la ciudad de Carúpano. En este punto, la Universidad de Oriente Núcleo de Sucre extensión Carúpano, específicamente la Escuela de Sociología contará con registros Teóricos, Prácticos y objetivos sobre la insurgencia de género femenino a través del emprendimiento.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

#### **2.1- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Stracuzzi, P (2017, p.25) los antecedentes “Se refieren a los estudios previos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el objetivo de estudio”. A continuación se clasifican en un contexto glo-local las referencias científicas de orden lógico asociadas a las categorías del micro emprendimiento femenino y su implicación en la feminización del mercado urbano, relativo al casco central de la ciudad de Carúpano.

Dirimir los antecedentes históricos del micro emprendimiento femenino implica un verdadero reto para el abordaje sociológico; razón por la cual; es necesario esbozar las transformaciones socioeconómicas que caracterizan la feminización del mercado venezolano. Para ello se hace necesario, entender la trayectoria científica que antecede a la categoría de Micro emprendimiento para esbozar sus desarrollos más recientes en ciencias sociales.

##### **2.1.1- ANTECEDENTES INTERNACIONALES.**

Brousse Manzur, Carolina y Bugmann Mira Carolina. Elaboraron un trabajo de investigación en la Universidad Austral de Chile para optar al título de Administrador de Empresas de Turismo, durante el año (2016) Cuyo título fue “Caracterización de las Mujeres Emprendedoras en el Rubro Gastronómico. Caso Valdivia.” Sus objetivos fueron. General: Analizar la caracterización de las mujeres que han desarrollado emprendimientos productivos en el sector gastronómico de Valdivia. Específicos: 1- Establecer las principales características de un emprendedor. 2- Identificar la realidad laboral de la mujer, y su relación con el emprendimiento. 3- Conocer las principales motivaciones que las han incentivado a emprender. 4- Señalar las barreras que han debido enfrentar en el ámbito

personal, administrativo, legal e institucional. Su metodología fue de nivel descriptivo y diseño de campo. La muestra estuvo integrada por mujeres propietarias del sector gastronómico, cuyas empresas se encuentran ubicadas en Valdivia. Se les aplicó una entrevista mixta y un cuestionario sobre antecedentes personales. Sus resultados muestran que de las veinte empresarias gastronómicas que conforman el universo de esta investigación, quince fueron las emprendedoras encuestadas. El 33% de ellas tiene entre 42 y 49 años de edad, la mayoría de ellas con un 67% están casadas. En relación a su nivel educacional, el 73% cuenta con estudios superiores; De acuerdo a las experiencias vividas por las emprendedoras, el 42% de ellas afirmó que su familia había sido el principal impulsor en la generación del emprendimiento. Por Ultimo Sobre los efectos personales o familiares que fueron consecuencias del emprendimiento, el 60% de las encuestadas señaló haber sufrido efectos en su vida personal y familiar. Sus conclusiones plantean las principales motivaciones para emprender, señalaron la oportunidad de mercado, crear una fuente de ingresos, lograr la independencia y el desarrollo personal. En la mayoría de los casos, las empresarias fueron impulsadas por sus familias. Sin embargo, ellas mencionaron que la creación de sus empresas ha perjudicado, debido a la falta de tiempo, la dedicación familiar y personal. Cabe destacar, que en relación a la problemática de género, no han enfrentado obstáculos ni discriminación.

Arellano B, Cecilia. Elaboro un trabajo de investigación en la Universidad de San Ignacio de Loyola para optar al título de Licenciado en Administración y Emprendimiento, durante el año (2018) Cuyo título fue “Factores Determinantes que Influyen en el Emprendimiento Femenino del Emporio Comercial de Gamarra”. Sus objetivos fueron. (A) General: Analizar el emprendimiento femenino en el Emporio Comercial de Gamarra. Específicos: 1-conocer los factores sociales que intervienen en el emprendimiento. 2-determinar los factores socioeconómicos que influyen en el emprendimiento. Su metodología fue de tipo no experimental y diseño correlacional-causal. La muestra estuvo constituida por 260 empresarias participantes en el estudio. Sus resultados muestran que las emprendedoras tienden a formarse gracias a su edad, nivel de estudio, estado civil y tiempo de funcionamiento, dejando de lado la idea que el tipo de financiamiento es un factor importante para emprender. Sus conclusiones afirman de acuerdo con el objetivo general

que existe un efecto de los factores planteados sobre el emprendimiento femenino en el Emporio Comercial de Gamarra. Así mismo, demostrando que las variables de edad, el nivel de estudio, el estado civil y el tiempo de funcionamiento tienen una relevancia en el comportamiento de las emprendedoras

Caceres R, Renee L y Ramos P, Luz E. Elaboraron un trabajo de investigación en la Universidad Nacional del Centro del Perú para optar el Título de Licenciadas en Trabajo Social durante el año (2017) Cuyo título fue: “Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la asociación de tejedoras- Tejidos Huaycán”. Sus objetivos fueron (A) General: Conocer la relación que se da entre el emprendimiento laboral y el empoderamiento de las mujeres artesanas de la asociación de tejedoras - “Tejidos Huaycán”. Específicos: 1- Conocer cuáles son las características del emprendimiento laboral de las mujeres artesanas de la asociación de tejedoras - “Tejidos Huaycán”. 2- Caracterizar el empoderamiento a nivel individual y colectivo en las mujeres artesanas de la asociación de tejedoras - “Tejidos Huaycán”. Su metodología fue de nivel descriptivo-correlacional y diseño de campo. La muestra estuvo constituida por 16 mujeres artesanas de la asociación “Tijidos Huaycan”. Sus resultados plantean que el emprendimiento se caracteriza por la mejora de la capacidad económica y la satisfacción con la actividad artesanal y el empoderamiento por el auto reconocimiento, autonomía en la toma de decisiones, mayor participación en las decisiones del hogar y en la gestión laboral; sin embargo, no hay evidencia significativa en el desarrollo de capacidades de liderazgo.

### **2.1.2- ANTECEDENTES NACIONALES.**

Lizcano Luz y Rodríguez Karen Elaboraron un trabajo de investigación en la Universidad Católica Andrés Bello para optar al título de Economistas, durante el año (2017) Cuyo título fue “Diseño de instrumento para medir el emprendimiento económico del sector juvenil en el área metropolitana de Caracas -Venezuela”. Sus objetivos fueron. General: Diseñar un instrumento que permita medir el emprendimiento económico del sector juvenil en el área metropolitana de Caracas -Venezuela. Específicos: 1- Identificar las variables que permitan medir la actividad emprendedora del sector juvenil en el área

metropolitana de Caracas. 2- Describir el efecto de las variables con mayor influencia en la actividad emprendedora que realizan los jóvenes del área metropolitana. 3- Definir el impacto de las variables con mayor pertinencia de la actividad emprendedora del sector juvenil del área metropolitana. Su metodología fue de nivel descriptivo y diseño de campo. La muestra estuvo integrada por 271 jóvenes emprendedores en el área económica. Se les realizó una entrevista personal semi-estructurada mediante la encuesta. Sus resultados muestran que el perfil del emprendedor juvenil perteneciente al área metropolitana de Caracas, corresponde al género femenino cuya edad oscila entre 25 y 34 años. Además sostienen haber completado los estudios de educación media y diversificada. Asimismo argumentan que el tiempo de antigüedad de sus emprendimientos oscilan entre 1 y 2 años, correspondiendo la mayoría de dichos negocios a la venta de alimentos, seguido por la venta de productos artesanales y la confección de moda.

González Rodrigo. Elaboró un trabajo de investigación en la Universidad Central de Venezuela para optar al título de Sociólogo, durante el año (2017). Cuyo título fue “Aproximación Sociológica al otro emprendimiento - Caso: experiencia social de mujeres emprendedoras en grupos vulnerables”. Sus objetivos fueron General: Analizar la experiencia social del sector femenino en el otro emprendimiento. Específicos: 1- Conocer las implicaciones socio-económicas de la vulnerabilidad urbana y su incidencia en la cotidianidad de la mujer emprendedora. 2- Identificar la diversificación lógica de la acción emprendedora presente en la experiencia femenina. 3- Describir el tipo de sociabilidad pertinente a la experiencia social de las mujeres emprendedora. . Su metodología fue de tipo cualitativa, nivel exploratorio y diseño comprensivo. Su población focal estuvo integrada por 18 mujeres emprendedoras en el área metropolitana. Se realizó una entrevista estructurada. Sus conclusiones se dividen en dos secciones: en la primera, se contrastan las hipótesis específicas de investigación con los resultados alcanzados. En la segunda sección se expone un balance general respecto al problema que guio la presente investigación, se contrasta su hipótesis general y se exponen algunas reflexiones respecto a sus principales aportes, aspectos teóricos y metodológicos, y a la proyección de los resultados obtenidos en nuevas líneas de investigación.

### **2.1.3- ANTECEDENTE LOCAL.**

Velázquez, Yelitza y González, Rosangel. Elaboraron un trabajo de investigación en la Universidad de Oriente Núcleo de Sucre para optar al título de Licenciadas en Sociología, durante el año (2013). Cuyo título fue “Características Socio demográficas de los buhoneros ubicados en el casco central de la ciudad de Carúpano, Municipio Bermúdez, Edo Sucre. Sus objetivos fueron. General: Determinar las características socio-demográficas de los buhoneros ubicados en el casco central de la ciudad de Carúpano, Municipio Bermúdez. Edo Sucre. Año 2013. Específicos: 1- Describir las características socio - económicas en lo que se refiere a edad, sexo, estado civil, profesión, nivel de ingreso de los buhoneros que se encuentran ubicados en el casco central de la ciudad de Carúpano. 2- Diagnosticar las condiciones de trabajo en lo que se refiere a jornada de trabajo e higiene de los buhoneros ubicados en el casco central de la ciudad de Carúpano. 3- Identificar la actividad previa a la buhonería de la población objeto de estudio. 4- Describir las características socio- culturales en lo que respecta a: tradición familiar, conformidad y salida de los buhoneros que se encuentran ubicados en el Casco Central de Carúpano. Su metodología fue de nivel descriptivo y diseño de campo. La muestra estuvo integrada por 40 vendedores. Se les aplicó una encuesta y se usó como instrumento un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas. Sus resultados muestran que la buhonería en el municipio Bermúdez está constituida por una población de 18 a 38 años con una situación más o menos paritaria en lo que respecta al género, en su mayoría soltero, con más de seis (6) años laborando en esta actividad con ingresos mensual mayor a sueldo mínimo, con jornadas laborales de cinco (5) a seis (6) días en la semana, entre ocho (8) a diez (10) horas diarias; gran cantidad de estos individuos se encontraban desempleados al momento al ingresar a la informalidad, además de esto cuentan con sus familiares laborando en esta actividad, por lo que se puede concluir que la buhonería se ha convertido en una salida ante la problemática de la falta de empleo.

### **2.1.4 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MICRO EMPRENDIMIENTO.**

El origen Teórico del Micro emprendimiento radica en los primeros estudios de la escuela alemana, en el que sus investigadores Joseph Alois Schumpeter y Fiedrich von

Hayek centraron sus esfuerzos para comprender los agentes productivos del Micro emprendimiento y su influencia en el desarrollo económico; concluyendo que ante la constante declive financiera del sector público, surgió una alternativa basada en la privacidad de la producción, induciendo un rápido y competitivo crecimiento del sector privado. Este impacto, verosímilmente orienta a que los empleados desplazados de la administración pública y en su condición de afectados tomen la iniciativa de emprender actividades económicas fundamentadas en la competencia y el desarrollo constante del emprendedor. Esta Notable Capacidad en la Alemania de la post-guerra potencializó la capacidad de innovar, combinando procesos modernos en la producción de mercancías y servicios. El renaciente proceso de la iniciativa privada dejaron obsoletas las técnicas empleadas devolviéndola a la económica alemana su etapa de prosperidad financiera.

La escuela austriaca encabezada por Kizner (1973), coincide en que la actividad Micro emprendedora se basa en la capacidad para observar oportunidades de lucro y aprovecharlas. Las oportunidades de este proceso se fortalecen en las caídas cíclicas del capitalismo moderno, porque se presentan bajo la forma de desequilibrios de mercado, es decir, desajustes entre la oferta y la demanda por determinados bienes o servicios.

Karlsson, Friis, & Paulson, 2004; Afirman que *“la visión neoclásica, del micro emprendimiento fue desarrollada fundamentalmente por los pensadores de la Escuela de Chicago”* Esta concepción enfatiza la rigidez de los supuestos mercados donde la competencia perfecta, información perfecta y comportamiento racional son los principios que articulan el paradigma del Micro emprendedor contemporáneo, que en términos formales, se contraponen a la flexibilidad y margen de acción individual que caracteriza a la actividad emprendedora planteada en las dos corrientes anteriores.

Los desarrollos recientes sobre el emprendimiento buscan explicar el fenómeno desde una perspectiva estructural. En términos concretos, señalan el vínculo existente entre el emprendimiento a un nivel individual y el comportamiento de la economía a nivel macro. La relación entre estos dos niveles de análisis encuentra su normatividad en la noción de

crecimiento económico, que representaría la cristalización del círculo virtuoso que produce la intervención del emprendedor en los mercados.

Los visones modernos de Wennekers y Thurik, emplean métodos enfatizados en actividades emprendedoras que corresponden esencialmente a la creación de nuevos negocios o al cambio de rumbo de un negocio previamente establecido. Este modelo señala que éstas se encuentran fuertemente condicionadas por la fase del desarrollo en que se encuentra cada economía nacional. En este punto, Ortiz (2009) señala “*que las economías basadas en la extracción de recursos o la comercialización de productos, se espera que haya una mayor cantidad de actividades en el área del comercio o los servicios, puesto que éstas son mayormente motivadas por la necesidad económica*” (Punto esencial para entender el auge del emprendimiento en Venezuela). Sin embargo, el investigador sigue planteando que en economías donde la innovación (avances científicos y tecnológicos) desempeñan un rol importante para la producción de nuevos bienes que constituyen las principales actividades emprendedoras.

## **2.2-BASES TEÓRICAS.**

Las bases teóricas del presente estudio corresponden a una serie de categorizaciones conceptuales, sobre la cual se confeccionan la iconografía histórica y contemporánea de variables sociológicas implícitas en la feminización de la economía incluyendo su crecimiento, desarrollo e institucionalización del micro emprendimiento ejercido por la fuerza de trabajo femenina en el mercado urbano que corresponde al casco central de la ciudad de Carúpano. Para Stracuzzi, P (2017, p.27) este segmento “*implica un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado*”. Es por ello, que resulta oportuno y un tanto paradójico teorizar sobre la emancipación feminista y el conjunto de roles adjudicados a las arduos procesos de inclusión en los que este género se ha visto involucrado. No obstante, la sociología del género se presenta como una alternativa razonable que aporta herramientas epistémicas para facilitar el discernimiento científico implícito en el proceso social de cambio puesto en marcha por el feminismo a partir de los

años setenta, para declamar el reconocimiento de su identidad y fuerza de trabajo ante el arraigo pre valorativo y excluyente del estado patriarcal.

Cabe resaltar que el pensamiento feminista moderno no se limita únicamente a denunciar la discriminación y androcentrismo del patriarcado. Por ello, las relaciones de poder implícitas en la emancipación feminista se han venido centrando en debates internos para promover propuestas que están siendo discutidas en las cámaras occidentales, con el fin de gestar la forma de organización social, política y económica en la que se materialice el derecho que tiene la mujer para ejercer su fuerza de trabajo en los órganos decisorios y de gobierno.

En efecto, este fenómeno pone en marcha el proyecto del emprendimiento femenino que adquiere relevancia paradigmática para describir las circunstancias en la que este género se instituye socialmente en el mundo del micro emprendimiento. Señalado por el economista Abramovich (2018, Pág.23),

(...) como actividades económicas informales de autoempleo, que en su mayor parte surgen como estrategias de los hogares de trabajadores excluidos del empleo asalariado, en las que se pone en actividad el principal recurso de sus miembros (la fuerza de trabajo) para la producción de bienes y servicios, destinados en general para la venta en el mercado.

La definición de Abramovich se plantea como un razonamiento dialectico para describir las desigualdades implícitas en la negación de oportunidades laborales para sectores desplazados del trabajo asalariado. De manera que no es un escándalo, asumir que las mujeres emprendedoras son el resultado de la constante desigualdad de género planteada en la racionalidad de la economía neoclásica para menospreciar a través del estado de bienestar la capacidad productiva del género femenino.

En este mismo orden el sociólogo Welti (2012, Pag 23) plantea que *“la perspectiva de género sobre el trabajo dominante afianza la supremacía masculina en la relaciones de producción reduciendo al mínimo la participación femenina en el trabajo asalariado”*. la imagen clásica del asalariado industrial es excluyente, en tanto Neffa (2018, Pág. 39) en su definición lo tipifica como un *“trabajo por cuenta ajena, a cambio de un salario a tiempo*

*completo, para un solo empleador identificable, generalmente por tiempo indefinido y estable, realizado en el lugar donde funciona la empresa”.*

En relación a los indicadores del trabajo asalariado definido por Neffa, se observa una clara negación de la mujer al aporte de la economía, puesto que las exigencias del quehacer doméstico ya es una actividad de tiempo completo y no transable en el mercado de valores. Es por ello, que se considera un enfoque fundamentado en la discriminación de género.

Dadas las condiciones anteriores, no podemos dejar de precisar que el micro emprendimiento y el feminismo son alternativas que devienen en la construcción social de un nuevo enfoque que se inscribe en el *“trabajo extra doméstico”*. Que para el economista P, Nieto (segunda edición 2018, Pág. 39) *“representa la realidad y características del trabajo femenino remunerado, incluyendo además al trabajo doméstico, en apariencia invisible, y en general no valorado ni considerado como lo que es”*.

En este mismo orden (Nieto, 2018 Pág.39) afirma que *“el concepto de trabajo extra doméstico, desde la perspectiva de género, estriba en que precisamente se refiere a un trabajo realizado por mujeres”*, amplificando así las posibilidades de revalorizar las actividades estructurales implícitas en la fuerza de trabajo femenina, para extrapolar la definición tradicional de “trabajo”, puesto que implica un nuevo espacio o mercado que incluye desde labores domésticas hasta las actividades propias de la mujer.

En este orden de idea se puede citar el epicentro teórico de la investigación, respaldado por el planteamiento de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010) sobre el emprendimiento femenino definido como:

La actividad, de carácter creativo e innovador, realizada por una mujer para alcanzar su independencia económica, individual o en colaboración, y generar así oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida en los diferentes ámbitos profesionales, sociales y personales.

En este punto, el micro emprendimiento femenino puede ser considerado como una sub-categoría del trabajo extra domestico que viene a revalorizar el rol de la figura femenina en el sector económico; Sin embargo, el arduo proceso productivo que deviene del trabajo extra domestico viene ganando espacio en la macroeconomía, asumida por el modelo GEM (2010) como un enfoque en el cual, *“ el emprendimiento femenino ha impactado a nivel macroeconómico la infraestructura del mercado urbano acelerando los procesos de desarrollo económicos mediante la innovación constante en función de los cambios que el mismo emprendimiento introduce en los mercados ”*

Dadas las condiciones que te anteceden la racionalidad del micro emprendimiento femenino, se puede plantear una posible relación epistémica con el modelo de emprendimiento del sociólogo y el economista Wennekers & Thurik, (1999), donde se explican la importancia de entender lo factores individuales empresariales y macroeconómicos.

En el segmento individual, se pueden agrupar intereses asociados a la mujer micro emprendedora para observar oportunamente sus posibles motivaciones, capacidades individuales, y la voluntad de concretar las virtudes personales en acciones. Este aspecto suele estar incorporado en la racionalidad femenina de la mujer emprendedora definida por el feminista Pérez Orozco (2014, Pág. 114) Como *“un despojo cultural adoptado por la mujer para incorporarse en la actividad económica mientras sustituye las prácticas androcentristas del modelo neoclásico que impera en sociedades pos-industriales o estados modernos”*.

El nivel empresarial está integrado por un espacio en el que, las iniciativas individuales y las virtudes personales son puestas en práctica en la gestión, innovación y el desempeño de la fémina micro emprendedora. Lo que para Wennekers & Thurik (1999), implica grandes desafíos que delimitan las condiciones sociales y culturales del mercado, obligando así a la mujer emprendedora a exponer la capacidad de realizar innovaciones para sostenerse en mercados altamente cambiantes.

En tanto, al nivel macroeconómico el desarrollo del emprendimiento femenino se traduce en un continuo proceso caracterizado por la diversificación de los mercados: en el cual se pueden explotar sectores que involucran la separación perfecta del trabajo doméstico para revalorizar actividades como el consumo gastronómico, belleza institucionalizada y tendencia informáticas.

### **2.3-BASES LEGALES**

Implican una serie de leyes reglamentos y normas que sustentan de forma legal el desarrollo de la investigación. En este punto, Stracuzzi, P (2017, p.27) *“consideran importante analizar e interpretar las bases jurídicas, con los artículos asociados al objeto de estudio, bajo las regulaciones internacionales en la materia”*. A continuación se clasifica la documentación jurídica inherente al micro emprendimiento urbano.

#### **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999).**

##### **Publicada en Gaceta Oficial N° 36.860**

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela es la Carta Magna vigente en Venezuela, adoptada el 15 de diciembre de 1999 mediante un referéndum popular. El 15 de febrero de 2009, le fue introducida la Enmienda N° 1 impulsada por el ex presidente Hugo Chávez. Fue la primera en avanzar en la consolidación del discurso feminista, estableciendo el reconocimiento de los derechos femeninos en todos los sectores y estructuras del estado. Este documento servirá de sustento para los argumentos legales referente a la variable de investigación.

#### ***Capítulo VII / De los Derechos Económicos***

## **Artículo 112:**

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Las féminas carupaneras pueden emprender libremente todo tipo de actividad económica asociada al micro emprendimiento sin más limitaciones que aquellas que atenten contra la estabilidad económica, social y cultural de la región. Así mismo, el estado garantizara las condiciones estructurales e infraestructurales referidas al mercado local para que el desempeño del libre ejercicio sea un camino seguro a la peregrinación del desarrollo económico individual y colectivo.

### **Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (Gaceta Oficial N° 6.076 Extraordinario del 7 de mayo de 2012)**

El derecho laboral venezolano, tal y como se le conoce contemporáneamente, nace a partir de la promulgación de la primera Ley del Trabajo del 23 de julio de 1928, que permitió superar las disposiciones del Código Civil sobre arrendamiento de servicios que regía las relaciones laborales, y se afianza con la promulgación de la Ley del Trabajo del 16 de julio de 1936, que estableció un conjunto sustantivo de normas para regular los derechos y obligaciones derivados del hecho social del trabajo.

#### ***Capítulo IV / De la Protección al Trabajador y la Trabajadora.***

### **Artículo 30 (Libertad de Trabajo).**

Toda persona es libre para dedicarse al ejercicio de cualquier actividad laboral sin más limitaciones que las previstas en la Constitución y las que

establezcan las leyes. Ninguna persona podrá impedirle el ejercicio del derecho al trabajo a otra, ni obligarla a trabajar contra su voluntad.

La pertinencia jurídica del presente artículo permite que las féminas carupaneras dedicadas al micro emprendimiento gocen de autonomía laboral para desenvolverse en el sector económico de mayor preferencia, sin ser objetos de discriminación alguna por su condición sexual.

## **Capítulo V / De las Personas en el Derecho del Trabajo**

### **Artículo 36 (Definición de trabajador o trabajadora no dependiente):**

Trabajador o trabajadora no dependiente o por cuenta propia es aquel o aquella que en el ejercicio de la actividad que realiza en el proceso social de trabajo, no depende de patrono alguno o patrona alguna. Los trabajadores y trabajadoras no dependientes o por cuenta propia están protegidos por la Seguridad Social.

Las féminas que por cuenta propia realizan actividades comerciales en el casco central de la ciudad de Carúpano, son consideradas emprendedoras porque no están sujetas a un yugo patronal; No obstante, en su libre ejercicio cuentan con la protección de una seguridad social que le aporta el Estado.

### **Ley de Igualdad de Oportunidades para la Mujer**

**Gaceta Oficial N° 5.398 Extraordinario de fecha 26 de octubre de 1999.**

Regula el ejercicio de los derechos y garantías necesarios para lograr la igualdad de oportunidades para la mujer, con fundamento en la ley aprobatoria de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Asimismo consagra los derechos laborales de las féminas, los cuales incluyen el derecho al trabajo urbano y rural, la igualdad de acceso a todos los empleos, cargos, ascensos, oportunidades y la idéntica remuneración por igual trabajo. De igual forma consagra los derechos económicos de la mujer, tanto en el medio rural como en la artesanía y las microempresas. Finalmente

incluyen también disposiciones relativas a la participación de las mujeres en las relaciones internacionales.

***Capítulo II // Del principio de la Igualdad y la no Discriminación Contra la Mujer.***

**Artículo 5°:** *“El derecho a la igualdad de oportunidades y la no discriminación contra la Mujer, implica la eliminación de obstáculos y prohibiciones, originados con motivo de su Condición femenina, conforme al artículo 1° de esta Ley”.*

El Estado se ve en la obligación de proteger a las micro emprendedoras comerciales en el casco central de la ciudad de Carúpano; eliminando toda barrera visible y opuesta ante su peregrinación al progreso.

***Capítulo IV // De los Derechos Económicos de la Mujer***

***SECCION SEGUNDA***

***“De las Artesanas y las Microempresas”***

**Artículo 38:** *“Las microempresarias podrán organizarse en uniones de prestatarios a los fines de la obtención del crédito que otorgue al respecto el Ejecutivo Nacional”.*

El artículo citado, expone que las mujeres emprendedoras Carupaneras podrán abocarse a instituciones financieras con la finalidad de obtener algún financiamiento que les permita impulsar sus actividades comerciales en el casco central de la ciudad Carúpano.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

En el marco metodológico se sistematizaron los procedimientos asociados al Tipo de investigación, Diseño de la investigación, Población Objeto de estudio, Muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y fuentes de investigación. Al respecto Tamayo y Tamayo (2003) define el marco metodológico como “Un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento, dicho conocimiento” (pág.37).

#### **3.1- TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

Según Fidias G. Arias (2012. pág.23) El tipo de investigación “*se refiere a la clase de estudio que se va a realizar. Orienta sobre la finalidad general del estudio y sobre la manera de recoger las informaciones o datos necesarios*”. El presente estudio es tipo cuantitativo, puesto que los esfuerzos metodológicos se centraron en la aprensión estadística de datos socios demográficos, económicos y sociales que develaron la magnitud de agentes sociales (familia, cultura y academia) en la racionalidad subjetiva de la población objeto de estudio. Así como también, su inherencia en la sectorización de las actividades emprendedoras y los factores socioeconómicos implícitos en la feminización del mercado urbano ubicado en el casco central de la ciudad. En este punto, Fidias G. Arias (Año 2012, Pág. 24) Señala:

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos mediante el uso de instrumentos de medición y comparación de las variables cuantitativas para que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, haciendo posible su definición, límites, dirección y exactitud de sus incidencias.

#### **3.2- NIVEL DE INVESTIGACIÓN.**

Según el autor, Fidias G. Arias (2012, Pág.23) indica: “*El nivel de investigación se caracteriza por el estado de profundidad que exigen las variables y objetivos planteados en*

*el trabajo de investigación*”. La presente investigación se ubicó en un nivel descriptivo, debido a que se puntualizó detalle a detalle la sectorización de las actividades emprendedoras y los factores socioeconómicos implícitos en los agentes sociales que intervienen en la racionalidad del micro emprendimiento femenino desarrollado por la población objeto de estudio. Así mismo, se profundizó en la deconstrucción estructural del mercado local para detallar su feminización incorporada a la lógica comercial. Al respecto, Fidias G. Arias (2012, Pág.24): *“La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo, grupo con el fin de establecer sus estructura o comportamiento*

### **3.3- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Según (Fidias G. Arias, 2012; pág. 26). *“Es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado”*. el presente estudio se fundamentó en un diseño de campo, porque oportunamente se efectuaron acercamientos con la población objeto de estudio a través de una interacción directa e instrumentada por el cuestionario de investigación; en el cual, se extrajo la información de interés que permitió concluir con inferencias pertinentes a los argumentos planteados en los objetivos de la investigación. Según Arias (2012, Pág.31), el diseño de campo:

Consiste en la recolección de todos los datos directamente relacionados con los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

### **3.4 POBLACIÓN O UNIVERSO DE ESTUDIO**

Para Balestrini (1998, Pág.122), se entiende por población: *“cualquier conjunto de elementos de lo que se quiere conocer o investigar, alguna o algunas de sus características.”* En lo que concierne a esta investigación, la población estuvo conformada por 300 Micro emprendedoras ubicadas en el casco central de la ciudad y previamente censadas por el Departamento de Planeamiento Urbano de la Alcaldía del municipio Bermúdez durante el año 2020.

### **3.4.1- LA MUESTRA.**

Hernández (2010, Pág. 302), señala que la muestra: *“En toda investigación debe existir una unidad de análisis o conjunto de personas, contexto, sucesos, eventos, sobre el cual se recolecta datos.* De acuerdo con el Dr. Hernández se puede definir que la muestra seleccionada para la recolección de datos, aportara información de interés extraída de un segmento representativo de la población total. Razón por la que se procedió a determinar el tamaño de la muestra a través del 30% representativo de la población. Resultando así, un total representativo de 90 Mujeres que ejercen actividades económicas asociadas al micro emprendimiento en el casco central de la ciudad de Carúpano.

### **3.5- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Según el Dr. Hernández Sampieri (2010).

Los instrumentos para la recolección de los datos implican elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. Este plan incluye determinar: (1), ¿Cuáles son las fuentes de donde se obtendrán los datos? (2),¿ En dónde se localizan tales datos? (3), ¿A través de qué medio o método vamos a recolectar los datos? (4), Una vez recolectados; ¿ De qué forma vamos a prepararlos para que puedan analizarse y respondamos al planteamiento del problema?. El plan se nutre de diversos elementos: (1) Las variables, (2) las definiciones operacionales (3), la muestra y (4) los recursos disponibles. (pàg.198)

En relación con la cita anterior, podemos definir que para efectos de la presente investigación se hizo necesario utilizar oportunamente las siguientes técnicas e instrumentos de investigación a saber:

#### **3.5.1- OBSERVACIÓN**

Según Palella y Martins (2017. Pág. 115), señalan:

La observación es fundamental en todos los campos de la ciencia. Consiste en el uso sistemático de nuestros sentidos orientados a la captación de la realidad que se estudia. Es por ello una técnica de recolección de datos que ejercen un mínimo de inferencia sobre el comportamiento del objeto de estudio.

De acuerdo a lo que señala Palella y Martins, la observación permitió captar los detalles relacionados a la panorámica de los agentes sociales y económicos que intervinieron en la racionalidad del micro emprendimiento femenino desarrollado por la población objeto de estudio.

### **3.5.1.2- TIPO DE OBSERVACIÓN.**

Según Hernández Sampieri (2010. Pág. 118).

Los tipos de observación son diversos y varían de acuerdo al grado de penetración que exige el diseño metodológico para abordar el objeto de estudio. Los tipos de observación pueden ser: (1), Observación directa simple (2), observación participante (3), observación pre científica (4) observación descriptiva (5) observación explicativa y (6) observación global. (Pág. 116,117)

En la cita anterior se reflejan diferentes modalidades de observación y en el caso de la presente investigación se utilizó la modalidad de observación descriptiva. Porque fue necesario socavar información de los agentes sociales y económicos que intervienen en la racionalidad del micro emprendimiento femenino, profundizando en la deconstrucción estructural del mercado local y explicar el proceso de feminización incorporada a la lógica comercial del casco central en la ciudad de Carúpano. Al respecto, Hernández (2010) definen: *“la observación descriptiva tiene lugar cuando el investigador explica detalladamente los procesos implícitos en el fenómenos investigados y estos están en sintonía con el grupo observado”*. (pág.119)

### **3.6- INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Según el Dr. Fideas Arias (2012), *“los instrumentos de recolección de datos son recursos científicos que permiten registrar o almacenar la información necesaria para responder a las inquietudes planteadas en las hipótesis u objetivos del proyecto de investigación”* (Pág. 68). En relación a las características presentes en los objetivos pertinentes a la presente investigación se implementó un cuestionario integrado por veintidós (22) preguntas cerradas de selección simple y múltiple, de las que se obtuvieron datos estadísticos procesados mediante frecuencia absoluta y porcentual. Cuyos resultados

concluyentes fueron oportunos para análisis del micro emprendimiento Femenino en el casco central de la Ciudad de Carúpano. Año 2020. Al respecto el Arias, f (2015: p. 74) establece que *“el cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador”*

### **3.7-FUENTES DE INFORMACIÓN**

Belkys R. (2010, pág. 83) *“Se denominan fuentes de información a los asesores, textos literarios, documentales, etc. que contribuyen con datos útiles para satisfacer una demanda de información”* A continuación, las fuentes de información que se utilizaron en esta investigación, se identifican y clasifican de la siguiente manera a saber:

- ✓ Las fuentes de información primarias se constituyeron en los aportes argumentativos de las 90 féminas que conforman la muestra de investigación.
- ✓ Las fuentes secundarias fueron soportadas en textos literarios y documentos electrónicos que facilitarán la aprehensión de los fundamentos teóricos inherentes a la investigación y los elementos que permitieran caracterizar la situación.

## CAPITULO IV

### PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

#### 4.1.- TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.

El procesamiento de datos para Hurtado (2012 P.181) consiste en “*aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permitan al investigador obtener el conocimiento que estaba buscando, a partir del tratamiento de los datos recogidos*” de manera que en este capítulo se utilizó como técnica la tabulación analítica de la frecuencia absoluta y porcentual graficada en datos estadísticos que develan los hallazgos sociológicos concernientes a la racionalidad, diversificación tipológica y factores socioeconómicos inherentes a las actividades de micro emprendimiento económico que desempeñan las féminas en el casco central de la Ciudad de Carúpano. Año 2020.

#### 4.2- DATOS PERSONALES

##### Cuadro N° 1.

**Distribución Absoluta y porcentual en relación a los intervalos de edades comprendidas en las féminas dedicadas al micro emprendimiento económico.**

Categorías	Frecuencia Ast	Frecuencia %
(18/22) Años de edad	11	12 %
(23/27) Años de edad	16	18 %
(28/32)Años de edad	19	21 %
(33/37)Años de edad	20	22 %
(38/41)Años de edad	11	12 %
(42/46)Años de edad	7	8 %
(47/51)Años de edad	2	2 %
52 Años de edad	4	5 %
<b>Total:</b>	<b>90</b>	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento

Según datos obtenidos los intervalos de edades que posee la población objeto de estudio se distribuyen en 22% de 33 a 37años, 21% de 28 a 32años, 18% de 23 a 27

años, 12% de 18 a 22 años, 12% de 38 a 41 años, 8% de 42 a 46 años, 5% de 52 a más años de edad y por ultimo 2% de 47 a 51 años.

La mujer emprendedora en Venezuela es considerada como aquella que no solo comienza o genera un proyecto nuevo, sino que es capaz de observar una oportunidad con la finalidad de materializar una idea de negocio, razón por la que es posible que se permita evaluar su condición inicial financiera para organizar los recursos y hacer del micro emprendimiento una actividad económica racional fundamentada en la economía femenina (feminización del mercado). En este punto la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010) indica que *“el micro emprendimiento femenino es una actividad económica polivalente que explota las habilidades femeninas según sus necesidades para convertirlas, en un activo- productivo y garantizar así la participación de un mercado para la mujer”*

Claro está que la diversidad de razones implícitas en el micro emprendimiento pueden ser condicionadas por la edad de la población objeto de estudio; siendo ésta un indicador indispensable para inferir sobre las circunstancias que la motivaron a orientarse por la actividad de micro emprendimiento; es por ello que se observa que un 43% de la población objeto de estudio posee un margen de edades comprendidas de 28 a 37 años conformando así el mayor porcentaje de mujeres emprendedoras en el casco central de la ciudad de Carúpano, dado que las necesidades pertinentes a este intervalo de edad demandan la atención de responsabilidades enfocadas en la búsqueda de mejorar su calidad de vida ( autorrealización, seguridad física, de empleo, familiar y de salud), Así mismo un 30% de las micro emprendedoras corresponden a edades comprendidas entre 18 a 27 años en este sentido las necesidades primordiales de este grupo probablemente pueden estar relacionadas al ámbito académico puesto que por ser mujeres jóvenes aún pueden estar cursando estudios y su atención esta inclinada a un seguimiento de tendencias y modas determinadas por el contexto.

Por otra parte un 20% de la población estudiada la comprenden mujeres en edades de 38 a 46 años, la participación de las féminas en este rango de edad pueden estar asociadas a la trayectoria que han venido desempeñando con el devenir de los años. Por último el 7%

de las micro emprendedoras carupaneras tienen edades comprendidas de 47 a 52 años de edad, estas féminas suelen aprovechar la economía estacionaria de épocas turísticas en el casco central de la ciudad de Carúpano destacando la comercialización de productos y servicios que son requerido en un momento determinado de tal manera que las féminas utilizan en primer lugar “el carnaval” el cual es considerado como representación turística para la venta de bebidas, comidas típicas, dulces artesanal, accesorios para dama (traje de baño, pareos, sombreros entre otros), en semana santa destacan venta de rubros gastronómicos relacionados a productos marinos; y por último las épocas decembrinas donde el plato navideño forma parte de la tradición venezolana y por tanto carupanera.

### Cuadro N° 2.

#### Distribución absoluta y porcentual en relación al nivel de instrucción que poseen las féminas dedicadas al micro emprendimiento económico.

Categorías	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Primaria	16	18 %
Bachillerato	26	29 %
T.S.U.	12	13 %
Ingeniería	18	20 %
Licenciatura	18	20 %
<b>Total:</b>	90	<b>Total: 100 %</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento

Según datos obtenidos un 29% de las féminas consultadas son bachilleres, 20% ingenieras y 20% licenciadas, 18% cursó estudios de primaria y por último 13% son Técnicos Superiores Universitarios.

El micro emprendimiento por ser una actividad económica alternativa que ofrece auto empleo, independencia económica y flexibilidad laboral ha permitido que las féminas puedan concluir en paralelo su formación académicas; según la Doctora Inma Tubella, Rectora de la universidad de Catalunya (Año. 2019) la educación es considerada “*una condición fundamental para el desarrollo individual y personal de las mujeres emprendedoras, en tal sentido una mujer con un nivel educativo avanzada muestra una mayor posibilidad de consolidarse como emprendedora; sin embargo, esto no quiere decir que una mujer con estudios cortos no pueda acceder al campo del micro emprendimiento*”

*económico*”, es por ello, que se puede observar que el 53% de la población objeto de estudio tiene estudios superiores aprobados lo que le ha permitido a la mujer carupanera aprovechar la demanda de actividades asociadas al consumo para explotar y negociar en el mercado urbano, obteniendo así beneficios económicos y a su vez adaptarse a los cambios que este exige. Así mismo, el 29% de las féminas carupaneras dedicadas a la actividad emprendedora tienen aprobado el bachillerato y el 18% de las féminas solo la primaria. En este sector el nivel de instrucción no es un nivel determinante para el tipo de emprendimiento que estas ejercen.

### Cuadro N° 3

#### Distribución absoluta y porcentual en relación al estado civil de las féminas dedicadas al micro emprendimiento económico.

Categoría	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Soltera	32	36 %
Casada	11	12 %
Divorciada	11	12 %
Viuda	-	-
Conyugue	25	28 %
No Respondió	11	12 %
<b>Total:</b>		<b>Total: 100 %</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos un 36% de las féminas consultadas se encuentran solteras, 28% en relación conyugal, 12% casada, 12% divorciada, y un 12% no respondió.

Para efectos de este trabajo de investigación el estado civil es aquella situación que determina el parentesco de las féminas que conforman la población objeto de estudio. Y se pueden clasificar según su condición: matrimonial, soltería, viudez, relaciones conyugales y divorciadas. Indicador que permite clasificar las implicaciones del estado civil en el micro emprendimiento femenino. En este orden, el presidente de la asociación de trabajadores, emprendedores y microempresarios de Aragua (ATRAEM) Luis Molina (Año 2020), indica que *“un importante sector de la población femenina dedicada al emprendimiento en Venezuela está constituida por mujeres solteras que desarrollan actividades económicas para suplir sus necesidades y la de su entorno familiar”* razón por la que se puede inferir que posiblemente el 47% de las féminas consultadas que se encuentran solteras ejercen

actividades económicas orientadas al micro emprendimiento no solo para satisfacer sus necesidades individuales o personales, sino que también lo hacen para cooperar con su entorno familiar.

No menos importante, se registra que un 40% de las féminas consultadas se encuentran en una relación matrimonial o conyugal, situación que pueden devenir en posibles fortalezas y debilidades para el correcto desempeño de su economía emprendedora. La psicólogo clínico Naelme Gonzalez año (2018) señala “las mujeres emprendedoras sur americanas que tienen un núcleo familiar constituido enfrentan el estigma o supremacía machista en la economía doméstica”. Sin embargo, sigue afirmando que recientes estudios publicados por la Sociedad de Emprendedoras Latinoamericanas, han demostrado que “*cuando la mujer decide emprender no se desliga de sus responsabilidades domésticas, maternas y maritales*” Por último, el 13% de las consultadas no omitieron comentarios al respecto.

#### Cuadro N° 4

##### Distribución absoluta y porcentual en relación a la carga familiar de las féminas dedicadas al micro emprendimiento económico.

Categoría	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Sí	74	82 %
No	16	18 %
<b>Total:</b>	90	Total: 100 %

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos 82% de las féminas consultadas afirmó tener carga familiar, mientras que un 18% no tiene carga familiar.

En este ítem se entiende por carga familiar las responsabilidades económicas que tiene el 82% de las féminas consultadas para suplir las necesidades de su núcleo familiar. Razón por la cual el micro emprendimiento para este sector de la población se convierte en una importante fuente de ingresos dirigidos a fortalecer la calidad de vida de su entorno

familiar en cuanto a la alimentación, seguridad, salud, educación, ocio, recreación, comunicación y autorrealización. Realidad que para la economista Patricia Armendáriz año (2019) representa un avance significativo en la economía feminista, afirmando que *“las mujeres emprendedoras han desmitificado la figura masculina como único ente capaz de suplir las necesidades del núcleo familiar”* estos argumentos dejan claro que la mujer a superado la barrera de la otredad para convertirse en un agente proactivo.

Claro está, que el 18% restante de las féminas sin carga familiar, no están exentas de contribuir con la economía doméstica. Sin embargo, sobre ellas no recae la responsabilidad absoluta de garantizar la calidad de vida de los miembros que integran su entorno familiar.

#### Cuadro N° 5

#### **Distribución absoluta y porcentual según los años de experiencia de las féminas que realizan actividades de micro emprendimiento económico.**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>1 – 3 años</b>	15	17 %
<b>4 – 7 años</b>	16	18 %
<b>8 – 11 años</b>	10	11%
<b>12 – 15 años</b>	8	9 %
<b>16 – 19 años</b>	11	12 %
<b>20 – 23 años</b>	6	7 %
<b>24 – 27 años</b>	7	8 %
<b>28 – 31 años</b>	5	5 %
<b>32 – 35 años</b>	5	5 %
<b>36 – 39 años</b>		
<b>40 – 43 años</b>	7	8 %
<b>Total:</b>	90	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos en relación a los años de experiencia que posee la población objeto de estudio se distribuyen en 18% de 4 a 7 años, 17% de 1 a 3 años, 12% de 16 a 19 años, 11% de 8 a 11 años, 9% de 12 a 15 años, 8% de 24 a 27 años, 8% de 40 a 43 años de experiencia, 7% de 20 a 23 años, 5% de 28 a 31 años, 5% de 32 a 39 años

El asunto de la experiencia en el micro emprendimiento femenino, se refiere a la

práctica prolongada de actividades extra domesticas que ejercen las féminas que conforman la población objeto de estudio, generando así activos productivos basados en los conocimientos implícitos de sus habilidades para la negociación y el consumo. Ambos indicadores (negociación y consumo) en palabras de la economista Patricia Armendariz año (2019) “(... se relacionan intrínsecamente con el tiempo dedicado a aprender las técnicas de producción y consumo relativas a las exigencias del mercado”. Por ello, se puede inferir que el 100% de la población objeto de estudio cuenta con las experiencias necesarias para la materialización de sus actividades productivas; no obstante, existe una clara redistribución temporal entre los lapsos de experiencias clasificados por las féminas micro emprendedoras que fueron consultadas, donde un 38% llevan de cuatro a quince años de experiencia.

Otra distribución relevante, se ubica de dieciséis a veinte siete años de experiencia representados en un 45% de las consultadas. Dejando claro la amplia trayectoria, rentabilidad y dedicación de la actividad micro emprendedora que han ejercido las féminas en el casco central de la ciudad de Carúpano.

En este mismo orden de ideas, se puede apreciar la sostenibilidad de la economía feminista en el casco central de la ciudad. Convirtiéndose en un mercado atractivo para que el 17% de las féminas consultadas se dedicaran a explorar las ventajas del micro emprendimiento femenino en un periodo de tres años.

#### **Cuadro N° 6**

##### **Distribución absoluta y porcentual en relación a las circunstancias que incidieron en la iniciativa de su micro emprendimiento económico.**

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Manutención Familiar</b>	28	31 %
<b>Desempleo</b>	25	28 %
<b>Subsistencia</b>	30	33 %
<b>Ninguna</b>	-	-
<b>Todas</b>	7	8 %
<b>Otras</b>	-	-
<b>Total:</b>	90	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos un 33% de población objeto de estudio decidió emprender por subsistencia, 31% por desempleo, 28% por manutención familiar, y un 8% todas las anteriores.

En una entrevista realizada a la economista Ana Alonso, para la revista Europea “Mujer emprendedora” Año (2020) da a conocer que *“la globalización del mercado ha reorientado sus políticas de consumo a una economía diversificada e inclusiva, en la que el género femenino ha negociado la constitución de un espacio distintivo”* en el que posiblemente la población objeto de estudio viene a caracterizar la feminización del mercado. Garantizándose así los medios necesarios para que puedan emprender sus actividades transables. Sin embargo, el 33% indica que su iniciativa se debe a la subsistencia indicador que puede estar estrechamente relacionado con los medios necesarios para hacerse con los bienes e ingresos requeridos y de esta manera cubrir las necesidades vitales de su entorno familiar. Es por ello, que otro 31% de las féminas consultadas indicaron que su iniciativa de micro emprendimiento económico está asociada a la manutención familiar.

Otro 28% de las féminas consultadas indicaron que se encuentran desempleadas; razón por la cual, encontraron en el micro emprendimiento femenino una alternativa económica caracterizada por las actividades extra domesticas que le han permitido beneficiarse a través del autoempleo, flexibilidad laboral e independencia económica. Mientras que el 8% restante de las féminas consultadas indicaron haber encontrado su iniciativa de micro emprendimiento económico en todas las anteriores (subsistencia, manutención familiar y desempleo).

### Cuadro N° 7

#### **Distribución absoluta y porcentual en relación a la calidad de vida del núcleo familiar que integra la población objeto de estudio.**

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Si</b>	53	59%
<b>No</b>	37	41%
<b>Total:</b>	<u>90</u>	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos 59% respondió que la calidad de vida de su familia Sí había mejorado con la actividad emprendedora, mientras que un 41% respondió que no habían tenido mejora.

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Año (2020) “*la economía de género ha experimentado transformaciones orientadas a la cosificación del mercado femenino*” en el cual la mujer ha capitalizado un espacio esencial para desmitificar la figura masculina convirtiéndose así en un agente proactivo para la economía doméstica. Por tal razón el 59% de las féminas consultadas manifestaron haber desarrollado la capacidad de suplir las necesidades de alimentación, seguridad, salud, educación, ocio, recreación, comunicación y autorrealización garantizando así la calidad de vida de los integrantes que conforman su núcleo familiar.

El 41% restante de las féminas consultadas indicaron que con la actividad de micro emprendimiento económico no logran suplir las necesidades de su entorno familiar, situación que puede estar asociada a las fluctuaciones presupuestarias implícitas en el consumo excesivo en lo que respecta a vivienda, transporte, alimentación, educación, y otras responsabilidades vinculadas a la calidad de vida.

### Cuadro N° 8

#### Distribución absoluta y porcentual en relación a la escala de beneficio implícito en su actividad de micro emprendimiento económico.

Categoría	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Personal	41	46%
Académica	22	24%
Empresarial	18	20%
Todas	9	10%
Otras	-	-
<b>Total:</b>	90	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos el 46% de la población objeto de estudio ha obtenido beneficios personales, mientras que el 24% académico, 10% empresarial y el 10% restante indicó que ha recibido beneficios en todos los anteriores.

La actividad de micro emprendimiento ejercida por el 46% de la población objeto de estudio posiblemente esté asociada a una alternativa económica que beneficia en primer lugar a la emprendedora permitiéndole experimentar la independencia económica, flexibilidad laboral y no menos importante el autoempleo.

Un 24% de las féminas consultadas indicaron que su trayectoria académica ha sido favorecida por los beneficios económicos del micro emprendimiento facilitando gastos tales como transporte, papelería, material bibliográfico y adquisición de dispositivos electrónicos que facilitan el quehacer académico.

Otro 20% de las féminas consultadas indicaron que el micro emprendimiento ha sido de provecho para consolidarse en el ámbito empresarial garantizando su competitividad y permanencia en el mercado con la calidad de los productos y servicios ofertados.

### Cuadro N° 9

**Distribución absoluta y porcentual en relación a los tipos de sectores asociados a la actividad de micro emprendimiento económico que ejerce la población objeto de estudio.**

Variable	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Gastronómico	52	58%
Estética y belleza	27	30%
Servicios de papelería e informáticos	11	12%
<b>Todas:</b>	<b>90</b>	<b>Todas: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos un 58% corresponde al sector gastronómico, 30% al sector de estética y belleza y 12% al sector de servicios de papelería e informática.

El 58% de las féminas consultadas desarrollan sus actividades de micro emprendimiento en el sector gastronómico ofertando variedades de postres (galletas, bombas rellenas, panes, marquesas, cremosos, tortas), dulces tradicionales de la región (buñuelos, conservas de coco, dulce de lechosa, pulpa de tamarindo, majarete, arroz con coco, besos de coco) y venta de comida criolla (arepas rellenas, empanadas, hallacas). Capaz de auto emplear a un sector importante de la población objeto de estudio. Su infraestructura se puede clasificar en pequeños locales de lonchería, panaderías, restaurantes y buhoneros; además este sector está asociado con la tradición y cultura culinaria carupanera por lo que su demanda se acrecienta de acuerdo a temporadas específicas como decembrinas, carnaval, semana santa y días festivos

El sector gastronómico ocupado por las féminas carupaneras es un claro ejemplo de cómo las mujeres locales se las han ingeniado para hacer de sus labores extra domestica un negocio sostenible y rentable en el casco central de la ciudad.

Otro 30% de la población objeto de estudio se dedica al micro emprendimiento económico en el sector de Estética y belleza ofertando servicios como: peluquería, extensión de pestañas, depilación, pigmentación de cejas, Sistemas de uñas, manicura, pedicura y Spack. La gama de este sector también se extiende a la venta de artículos de diversas marcas, usos y presentaciones con gran demanda en el mercado local, esta variante del micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad se convierte en un indicador fundamental que permite explotar la otredad de las féminas de la ciudad para constituir una plaza distintiva, estable y con un potencial de auto empleo, sustentabilidad y flexibilidad.

Por último y no menos importante un 12% de las féminas que integran la población objeto de estudio se dedican al micro emprendimiento económico en el sector de servicios informáticos. Este consiste en actividades como: Transferencia de saldo, servicios de internet, llamadas telefónicas, revisión de la plataforma patria, así como también trámites de cuentas bancarias personales y jurídicas, transcripción de trabajos, fotocopias, escaneo, e

impresiones, diseño gráfico e instalaciones de software; no obstante este sector es demandado notablemente en el casco central de la ciudad pero es común observar mayor presencia de micro emprendedores en el género masculino razón por la que no es paradójico argumentar que posiblemente exista un desplazamiento de género sexuado en relación a las labores técnicas asociadas al servicio.

### Cuadro N° 10

#### **Distribución absoluta y porcentual con relación al vínculo entre destrezas y pertinencia de las labores domésticas en su actividad de micro emprendimiento económico.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Si</b>	68	76%
<b>No</b>	22	24%
<b>Todas:</b>	90	Todas: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos 76% de la población objeto de estudio sostuvo que sí, y un 24% respondió que no se relaciona su actividad emprendedora con las labores desarrolladas en el hogar.

El 76% de las féminas consultadas indicaron que sí existe un vínculo entre las destrezas y labores domésticas pertinentes a su actividad de micro emprendimiento económico. Motivo por el cual se observa una compleja red interrelacionada entre autoempleo, emprendimiento y estrategias de supervivencia demarcadas por su cotidianidad; sin embargo, su dinamismo económico posiblemente esté determinado por la forma de como las micro emprendedoras carupaneras perciben, acceden y usan la ciudad para materializar sus actividades comerciales. En este contexto, el micro emprendimiento que predomina en el casco central se clasifica en el sector gastronómico y servicios de estética o belleza; cristalizados en la dualidad extra doméstica que demanda las actividades comerciales para la feminización del mercado en su composición urbana.

El 24% restante de las féminas consultadas indicaron que no existe vínculo entre las destrezas y labores domésticas pertinentes a su actividad de micro emprendimiento económico. Este ítem puede estar asociado al porcentaje de mujeres que se dedican a emprender en el sector de servicios informáticos puesto que las destrezas necesarias para materializar este tipo de actividades no están relacionadas con el aprendizaje obtenido en el cumplimiento de las responsabilidades domésticas. Sin embargo, es posible que una mínima fracción de la población pueda dedicarse a otros sectores (gastronómico, estética o belleza) y haber adquirido su conocimiento en escenarios como cursos en línea, video tutoriales, talleres asistidos o auto didactismo.

### Cuadro N° 11

#### **Distribución absoluta y porcentual con relación a las características que influyeron en la apertura del sector productivo pertinente a su labor de micro emprendimiento económico.**

##### **11.1 Sector Gastronómico**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Gusto por la cocina</b>	29	56%
<b>Tradicición</b>	17	33%
<b>Consumo saludable</b>	6	11%
<b>Total:</b>	52	Total:100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 52 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican al sector gastronómico 56% fue influenciado por su gusto a la cocina, otro 33% por las tradiciones locales y por ultimo un 11% indicó al consumo saludable.

El historiador, (Dr.) Miguel Ayuso (Año 2020, pág.12), en su ensayo sobre la historia de las mujeres en la cocina afirmo que *“las mujeres inventaron la cocina y naturalmente fue una labor que ejerció en exclusiva durante siglos; solo fue separada de ella cuando esta (cocina comercial) adquirió importancia económica”*. Este argumento indica claramente el valor simbólico del género

femenino para la cocina doméstica, por ello tradicionalmente en las sociedades latinas la cocina ha estado siempre ligada a la mujer debido a su responsabilidad con la elección y cocción de los alimentos. Adjudicándose así un papel esencial en el mundo de la gastronomía, haciendo así que su protagonismo crezca cada vez más. No obstante, al comercializarse este oficio existe una clara desigualdad en cuanto a su distribución por sector y género.

Datos proporcionados por el Centro Venezolano de Capacitación Gastronómica (C.V.C.G.) Durante el año 2019 en doscientos (200) hoteles con más de una estrella un 89 % de los directores de cocina son del género masculino y 11% es de género femenino. Mientras que en cuanto a cocina doméstica se refiere solo un 35,12% de los hombres venezolanos sabe cocinar, frente al 97,88 % de mujeres que rutinariamente lo hace.

El sector gastronómico Venezolano, también está parcialmente dividido según su profesionalización y comercialización. En el primer caso el C.V.C.G. indica un amplio dominio del género masculino; sin embargo, cuando de micro emprendimiento se trata la mujer es quien puntea los datos por su capacidad de explotar económicamente sus habilidades domésticas. En este caso, se puede inferir que este razonamiento aplica al 89% de la población objeto de estudio, puesto que la tradición y el gusto por la cocina están vinculados a costumbres nacionales, regionales y autóctonas.

Otro dato esencial en la población objeto de estudio, indica que un 11% de las féminas fueron influenciadas por el consumo saludable para iniciar su micro emprendimiento gastronómico. Este paradigma de la cocina moderna también puede estar asociado al razonamiento del Nutricionista Aitor Sánchez (Año 2020; p. 32) donde afirma que *“La alimentación es un proceso cuyas etapas (producción, circulación y consumo) deben ser tratadas cuidadosamente para resguardar la seguridad Alimentaria y beneficiar la salud humana”*. Es por ello, que se infiere sobre la representación de las féminas como un sector esencial en el

micro emprendimiento gastronómico evitando el consumo excesivo de alimentos cargados de azúcar, sal y conservantes para reducir en los consumidores las posibilidades de malformaciones patológicas como sobrepeso, obesidad, cardiopatías, diabetes, síndrome metabólico, cáncer, trastornos del aparato locomotor, inmunodeficiencias y alteraciones psicosociales.

## **11.2 Sector Estética y Belleza**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Estilos tendencias modas</b>	9	34%
<b>Diseños</b>	6	22%
<b>Cuidado personal</b>	12	44%
<b>Total:</b>	27	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 27 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican al sector estética y belleza, 44% fue influenciado por el cuidado personal, 34% por los estilos tendencias y modas, y por ultimo un 22% diseños.

El concepto de la belleza femenina ha sido objeto de discernimiento epistémico ante disciplinas como la historia, la sociología y la psicología social. No obstante, su consumo es un indicador atractivo para la sociología, por cuanto las mujeres se han dedicado a la intensa búsqueda de la belleza a través de la estética. Es por ello, que la gerente de ventas MaryLee Sachs de la marca “Lancôme” (Año 2020 pág. 14) indica que *“la industria de la Belleza ha sido una constante comercial de gran retribución económica y con amplia demanda en el mercado femenino, donde ocho (8) de cada diez (10) mujeres latinas gastan más del 30% de su presupuesto en productos para el tratamiento, cuidado y embellecimiento del cabello, de las uñas y del cuerpo”*. Estas cifras revelan que este sector es un bastión fundamental y distintivo, en el que un 30% de las féminas que conforman la población objeto de estudio observan una oportunidad para el Micro emprendimiento.

La belleza como la perciben las féminas carupaneras posiblemente esté asociada a un mercado que se constituye sobre la base de elecciones individuales que pueden variar a través de estilos, diseños y el cuidado personal materializándose en productos

autodefinidos. En este último (cuidado personal), 44% de las féminas emprendedoras pertinentes a este sector en el casco central de la ciudad admiten haber sido influenciadas por los cosméticos que favorecen el tipo de silueta correspondiente con la imagen que la mujer carupanera desea proyectar. En el caso de estilos tendencias y modas un 34% perfila su influencia en la venta de calzados, prendas de vestir y accesorios ideales para la separación perfecta de la apariencia objetivada a su consumo masivo según los cambios e intereses del mercado. Y por último, se observa el diseño con un 22% de influencia en la venta de cosméticos que realzan las proporciones del cuerpo, rostro, tono de piel, ojos y tipo de cabello.

### **11.3. Sector Servicios Informáticos**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Vocación</b>	5	46%
<b>Responsabilidad</b>	-	-
<b>Organización</b>	2	18%
<b>Destrezas</b>	2	18%
<b>Multitasking</b>	2	18%
<b>Todas:</b>	11	Todas: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 11 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican a este sector 46% fueron influenciadas por vocación en el área de servicios informáticos, 18% por organización, 18% por poseer destrezas y 18% por multitasking.

La última década se ha caracterizado por una auténtica revolución tecnológica, en la que la informática se ha convertido en un sector imprescindible para todos los aspectos de nuestra vida. Por esta razón, su industria data de una variedad de servicios técnicos, ofimáticos y software especializados que intervienen en la productividad como variable general. En este punto Elena Valderrábano (Año 2020 pág. 25) afirma que *“la informática es una herramienta fundamental porque permite la efectividad de las tareas reduciendo el tiempo necesario para su ejecución, mejorando así la coordinación y calidad de trabajo”*. Claro está, que el impacto y variedad de oficios asociados a este sector representan un espacio productivo vinculado al micro emprendimiento para un 11% de las féminas dedicadas a esta labor en el casco central de la ciudad de Carúpano.

La diversificación de oficios señalados anteriormente depende de asistencia humana vinculada a la vocación, organización, destrezas y multitasking. Razón por la que resulta fundamental contar con la presencia de un equipo técnico sin distinción de género; sin embargo, la sociedad se ha encargado de replegar a la mujer única y exclusivamente a las labores domésticas, de manera que esta fórmula no aplica al sector informático puesto que la mutación de labores domésticas demandan conocimientos, destrezas, y dedicación tecnológica.

El rol de la mujer en la modernidad incluyendo aquellas que están delimitadas a los intereses sectoriales de la población objeto de estudio se ha ido expandiendo haciendo a un lado los prejuicios y estereotipos. Por tal razón se puede observar que el 46% de las féminas micro emprendedoras en este sector han sido influenciadas por su vocación, inclinación, dedicación e interés naturalmente asociados a los servicios técnicos como mantenimiento, reparación, y programación de dispositivos inteligentes.

Otro 18% fue influenciado por la organización pertinente a servicios como la ofimática, donde destacan la demanda de asistencia en operaciones bancarias, redacción, edición, publicidad, tramites del carnet de la patria y papelería. En este mismo orden, destaca un 18% influenciada por su destreza en el área de servicios demandados como: llamadas, transferencia de saldo y ventas en línea., por último se encuentra el multitasking con un 18% de féminas que aglomeraron los indicadores señalados anteriormente para ejercer su actividad productiva en el casco central de la ciudad.

## Cuadro N° 12

### Distribución absoluta y porcentual con relación a las características que influyeron en la capitalización del sector productivo pertinente a su labor en el micro emprendimiento económico.

#### 12.1 Sector Gastronómico

Variable	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Recursos autóctonos	31	60%
Ocupación	12	23%
Lucrativo	9	17%
Inversión a bajo costos	-	-
<b>Total:</b>	<b>52</b>	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 52 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican a este sector 60% fueron influenciadas por los recursos autóctonos, 23% por ocupación, y 17% por el aspecto lucrativo.

Las féminas carupaneras que se dedican al micro emprendimiento económico específicamente en el sector gastronómico, ocupan un 58% de la población objeto de estudio, develando así la importancia de este mercado en el casco central de la ciudad; sin embargo, las características que influyeron en la capitalización del sector pueden variar para el tipo de cocina. Según los recursos autóctonos, ocupación, valor lucrativo y el tipo de inversión que las féminas deben ejecutar. En este punto, la teoría del micro emprendimiento señalada por el sociólogo y el economista Wennekers & Thurik (Año 1999. P 121) indica que *“el desarrollo y rentabilidad económica del micro emprendimiento femenino no depende solo de la demanda; sino que se traduce en un continuo proceso de producción aprovechando los recursos disponibles para explotar sectores asociados a la separación perfecta del trabajo doméstico”*

El argumento de Wennekers & Thurik, sirve como enfoque epistémico para inferir sobre la diversificación de características que las féminas en estudio vienen aprovechando para explotar el mercado local. En el primer caso destaca el aprovechamiento de recursos autóctonos con un 60%, por cuanto la utilización de los rubros que se producen en la zona sirven de materia prima para la elaboración de postres (galletas, bombas rellenas, panes,

marquesas, cremosos, tortas), dulces tradicionales de la región (buñuelos, conservas de coco, dulce de lechosa, pulpa de tamarindo, majarete, arroz con coco, besos de coco) y venta de comida criolla (arepas rellenas, empanadas, hallacas). Por otro lado, y no menos importante destaca la ocupación con un 23%, fortaleza pertinente a las habilidades domésticas y extrapoladas en el ámbito comercial. Y por último se encuentra el aspecto lucrativo como un indicador que interviene en el emprendimiento de un 17% de las féminas dedicadas a este sector, cabe destacar que la amplia demanda puede generar ganancias que justifiquen la motivación de estas féminas.

## **12.2 Sector Estética y Belleza**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Inversión a bajo costos</b>	2	7%
<b>Lucrativo</b>	12	45%
<b>Demanda</b>	13	48%
<b>Total:</b>	27	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 27 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican a este sector 48% fueron influenciadas por la demanda, 45 % por el aspecto lucrativo, y 7% por la inversión a bajo costo.

Las micro emprendedoras pertenecientes al sector Estética y Belleza en el casco central de la ciudad de Carúpano está constituido por un 30% de la población objeto de estudio. Las características que han intervenido en la capitalización de este sector se clasifican en demanda, valor lucrativo e inversión a bajo costo. En este punto Leslie Freeman indica que *“cada vez son más las mujeres preocupadas por su apariencia personal, por lo que consumen más productos para el cuidado de la piel, cabello y maquillaje, lo que ha generado un mayor crecimiento y rentabilidad económica para la industria de cosméticos”*

El planteamiento de Freeman indica la existencia de un elevado consumo en este sector razón por la cual el 48% de las féminas han aprovechado la demanda como característica que permite su capitalización productiva, motivado a que las féminas carupaneras de diversas edades han asociado su apariencia física con los estándares de belleza ofertada por la industria de cosméticos.

El emprendimiento de las féminas dedicadas a este sector también se caracteriza por ser una opción lucrativa que genera ingresos considerables por la magnitud de su demanda ya que las féminas carupaneras en la búsqueda de su belleza permanente dedican parte de su presupuesto para la compra de productos como calzados, prendas de vestir, maquillaje y accesorios.

Otro 7% ha indicado que la característica que permitió la capitalización de este sector se justifica sobre las posibilidades de invertir a bajo costo ante una gratificación inmediata debido a las variedades de artículos como (accesorios y cosméticos maquillaje, perfumes, cremas corporales, relojes, lentes de sol, zarcillos, pulseras, cinturones, carteras,) de fácil acceso en el mercado y rápido consumo en la población local.

### **12.3 Sector Servicios Informáticos**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Rentabilidad</b>	8	73%
<b>Demanda</b>	3	27%
<b>Total:</b>	11	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 11 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican a este sector 73% fueron influenciadas por la rentabilidad y 27% por la demanda de este servicio.

Las féminas carupaneras que se dedican al micro emprendimiento económico en el sector de servicios informáticos, ocupan un 11% de la población objeto en estudio. En cuanto a las características que influyeron en la capitalización de este sector se ubican la rentabilidad y la demanda de este servicio. En este punto Larry Page indica que *“la informática ocupa un papel relevante en el crecimiento económico porque su dispositivo y*

*software proporcionan híper fluidez para el procesamiento de datos que facilitan el proceso social del trabajo”*

La híper fluidez de datos que intervienen en la cotidianidad del gentilicio carupanero implica la apertura de un amplio mercado para el consumo de datos en el casco central de la ciudad de Carúpano garantizando a través de servicios informáticos la rentabilidad de este sector, es así como el 73% de las féminas micro emprendedoras en esta área explotan la rentabilidad de negocios asociados a la ofimática y software especializados que intervienen en la productividad de este mercado.

Otro 23% de las féminas dedicadas a este sector han aprovechado la magnitud de la demanda en el casco central de la ciudad de Carúpano donde destacan la asistencia en trámites del carnet de la patria, edición, publicidad, operaciones bancarias, papelería, recargas telefónicas, llamadas y ventas en línea como característica que permite la capitalización productiva de esta actividad.

### Cuadro N° 13

#### **Distribución absoluta y porcentual con relación a las características que influyen en la calidad de productos y servicios ofertados por la actividad de micro emprendimiento económico**

##### **13.1 Sector Gastronómico**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Sabor</b>	36	69%
<b>Variedad</b>	8	15%
<b>Presentación</b>	3	6%
<b>Textura</b>	-	-
<b>Higiene</b>	5	10%
<b>Total:</b>	52	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 52 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican a este sector 69% fueron influenciadas por la calidad del sabor, 15% variedad de alimentos, 10% por la higiene y 6% presentación.

La calidad del servicio en el área gastronómica corresponde a las cualidades que hacen aceptables los alimentos tales como el sabor, la variedad, la higiene, y su presentación para que los consumidores experimenten una mayor satisfacción y confort. En este punto Nusser Raajpot argumenta que “uno de los indicadores de mayor importancia para evaluar la calidad del servicio gastronómico radica en la formación cultural que interviene en las exigencias del comensal”

De acuerdo con el planteamiento de Raajpot la calidad del sector gastronómico se percibe por la diversidad de exigencias regionales asociadas al gusto de los habitantes para de esta forma publicitar el producto. Es por ello que un 69% de las micro emprendedoras pertenecientes al sector gastronómico en el casco central de la ciudad de Carúpano indicaron que el sabor determina la calidad del producto.

Otro 15% de las féminas dedicadas a este sector indicó que la variedad de alimentos constituyen la característica principal ya que el cambio del olor, sabor, presentación de los alimentos así como la cantidad implican un mayor consumo.

Un 10% de población objeto de estudio perteneciente a este sector han indicado que la higiene constituye una base sólida para la calidad de los productos y servicios gastronómicos de manera que cumpliendo con las medidas necesarias se reduce el riesgo de contraer enfermedades por agentes patógenos de transmisión alimentaria, para así proteger la salud de los comensales. Por último un 6% ha indicado que la presentación de los alimentos desempeña un papel esencial en la calidad de sus aperitivos para complacer las exigencias de su clientela y permitirle así su aceptación y disfrute.

### **13.2 Sector Estética y Belleza**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Variedad</b>	2	7%
<b>Atención</b>	4	15%
<b>Técnicas</b>	-	-
<b>Higiene</b>	10	37%
<b>Estilos y Diseño</b>	6	22%
<b>Tendencias</b>	2	7%
<b>Total:</b>	<b>27</b>	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 27 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican a este sector 37% fueron influenciadas por la higiene, 22% diseño y estilo, 15% por la atención, 7% la variedad, y 7% por las tendencias.

La calidad del servicio en el área de la belleza está relacionada con la búsqueda de satisfacer las exigencias de la apariencia física y el cuidado personal por lo que los elementos que impactan a los clientes son la higiene, el diseño, la atención, la variedad, los estilos y las tendencias. En tal sentido Mariel Haenn indica que *“la calidad de un servicio en los estándares de belleza reside en suplir los requerimientos de las consumidoras de acuerdo a la variedad de gustos, marcas y presentaciones”*.

En relación a lo planteado por Haenn la calidad en la industria de la belleza como peluquerías, centros de estética y salones de uñas está asociada con la diversidad de exigencias por parte de las féminas. Es por ello que 37% de las micro emprendedoras dedicadas a este sector en el casco central de la ciudad de Carúpano han indicado que la higiene constituye la característica principal en la calidad de este servicio puesto que al mantener las medidas de higiene necesarias en las herramientas, ( pinzas, tijeras, cortaúñas, brochas y cepillos ), técnicas e incluso, en el espacio en el que se llevan a cabo las prácticas de belleza, se reduce el riesgo de contraer enfermedades de la piel como el acné, dermatitis, herpes, hongos e infecciones bacterianas tanto a los trabajadores como los clientes garantizando así el bienestar y la seguridad sanitaria.

Un 15% de la población objeto de estudio ha indicado que el diseño y estilo influyen en la calidad de los servicios ofertados de modo que estos atraen la atención de los posibles compradores, así mismo un 15% señala la importancia de la atención de modo que un trato cordial, eficiente, rápido y personalizado son indicadores fundamentales para procurar un servicio de calidad. Otro 7% indicó que la variedad es un factor determinante en la calidad de los productos y servicios ya que no todos los clientes tienen las mismas exigencias y al contar con una amplia gama de cosméticos el cliente tiene opciones a escoger de acuerdo a su preferencia.

Finalmente un 7% de las micro emprendedoras carupaneras que desempeñan su actividad en este sector manifestaron que las tendencias marcan un indicador esencial en la calidad de productos y servicios ofertados los cuales se presentan en ropa y complementos estéticos y su vez implica la originalidad, diferencia y exclusividad de las féminas , dando lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a las exigencias de nuevos productos y servicios, por esta razón las féminas micro emprendedoras evidencian la oportunidad y la aprovechan para explotar el mercado en el casco central de la ciudad de Carúpano brindando un excelente trabajo, con la elaboración de diseños complejos, maquillajes, sistemas de uñas de larga duración, aunado a esto la venta de productos originales de distintas marcas, usos y presentaciones que satisfagan las anheladas exigencias de las clientes de la región.

### **13.3 Sector Servicios Informáticos**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Confiabilidad</b>	2	18%
<b>Diseño</b>	4	36%
<b>Seguridad</b>	-	-
<b>Atención</b>	5	46%
<b>Total:</b>	11	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 11 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos del 100% de las féminas que se dedican a este sector 46% fueron influenciadas por la atención, 36% por los diseños, y 18% por la confiabilidad del servicio.

La calidad del servicio en el sector informático orienta su importancia en la demanda que se produce en casco central de la ciudad Carúpano puesto que su infraestructura urbana data de Entidades bancarias, instituciones estatales, organizaciones privadas y locales comerciales que atraen una gran cantidad de usuarios dispuestos a tramitar oficios en la composición del mercado informático de cyber, servicio técnico, fotocopiadora, papelería, infocentro, centro de telecomunicaciones y locales especializados en diseño e impresiones publicitarias. La existencia de este mercado para el ingeniero José Tavarez (Año 2018. P, 2) *“consiste en la oferta de servicios informáticos (software & hardware) para el máximo desarrollo y complemento tecnológico de las actividades pertinentes a la cotidianidad*

*humana*”. Es por ello, que el sector informático en la ciudad carupanera se ha vuelto imprescindible para la población local y un 46% de las Micro emprendedoras asociadas a este sector indican que la atención juega un rol determinante en su calidad porque atender las exigencias de la clientela implica tolerancia, rapidez y solvencia.

Otro 36% de las micro emprendedoras inclinándose por el diseño puesto que muchas de las demandas del mercado local se centran en la confección de gráficos, personalización de páginas, logos, dispositivos y vallas publicitarias. Razón por la que prestar un mejor servicio es garantía de calidad y estética. Por último, destaca el 18% restante de las micro emprendedoras adjudicando que la confiabilidad pasa a ser un elemento delicado que constituye la calidad del servicio, porque los trámites demandados por la población local requieren discreción sobre el acceso a la información personalizada y confidencial.

#### Cuadro N° 14

##### **Distribución absoluta y porcentual con relación a los beneficios del auto empleo alcanzados por las féminas que realizan actividades de micro emprendimiento económico.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Eres tu propio jefe</b>	31	34%
<b>Satisfacción personal</b>	7	8%
<b>Horario flexible</b>	35	39%
<b>Independencia económica</b>	12	13%
<b>Todas</b>	5	6%
<b>Total:</b>	90	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según datos obtenidos los beneficios del auto empleo se distribuyen de la siguiente manera, 39% Horario Flexible, 34% eres tu propio jefe, 13% independencia económica, 8% satisfacción personal, 6% independencia económica.

El micro emprendimiento ejercido por la población objeto de estudio en el casco central de la ciudad de Carúpano se caracteriza por ser una actividad económica que las féminas locales inician a pequeña escala, sin el requerimiento de empleados. Es decir que se ejerce de forma autónoma o independiente por lo que se le puede denominar auto empleo. En este

punto Guillermo Westreicher (Año: 2019; P, 52) indica que *“El autoempleo es una modalidad de trabajo que consiste en generar ingresos de forma autónoma que permite la flexibilidad laboral y cuenta con una propia fuente de subsistencia”*. Esta modalidad económica supone una serie de alternativas que se pueden traducir en claras ventajas para las féminas del sector, la primera se resume en 39% de horarios flexibles permitiendo una mejor organización del tiempo adecuando su distribución entre las exigencias laborales, domesticas, academias y recreativas.

Otro 34% de las micro emprendedoras consultadas en el casco central de la ciudad indicaron que ser su propio jefe implica una ventaja porque no están sujeta a una autoridad que determine su tiempo productivo y supervise su rendimiento laboral. Así mismo, esta autonomía resulta importante a la hora de establecer las pautas, métodos de inversión, control de rendimiento, metas y modelo de negocio que deseen ejecutar. Otro 13 % de la población en estudio indico que la independencia económica es una gratificación de alto beneficio en el autoempleo, debido a que pueden ser agentes de solvencia económica que interviene en la toma de dediciones financieras más cercanas a su entorno.

Un 8% no menos importante de la población consultada indicó que la satisfacción personal es un factor de gran importancia en el autoempleo puesto que las féminas experimentan la firmeza de ser independientes tanto laboral como económicamente. Finalmente el 8% restante señalo que todos los indicadores anteriores son beneficios inmediatos del autoempleo y constituyen la base de la independencia laboral femenina; para convertirse así en agentes proactivos que desafían la lógica de dominación simbólica machista que puede estar imperando en la sociedad carupanera.

### **Cuadro N° 15**

#### **Distribución absoluta y porcentual con relación a las oportunidades de empleo que puede generar su actividad de micro emprendimiento económico.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia AST</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Si</b>	33	37%
<b>No</b>	57	53%
<b>Total:</b>	<u>90</u>	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos 53% de la población en estudio respondió que no generan empleos, mientras que el 37% restante respondió que sí.

El micro emprendimiento ejercido por la población objeto de estudio en el casco central de la ciudad de Carúpano, también se caracteriza por ser una actividad comercial independiente de pequeña escala operada por sus pioneras; no obstante, sus posibilidades de generar empleo estable están asociadas al crecimiento y demanda del sector. Bajo esta consideración se toma como referencia el planteamiento de la CEPAL para el año 2010, donde afirma que *“el micro emprendimiento es una actividad económica basada en el autoempleo y a sus vez puede convertirse en una fuente capaz de generar oportunidades de empleo dependiendo del crecimiento vinculado a la oferta y demanda”*. Es por ello que 53% de las féminas consultadas han indicado que su actividad de micro emprendimiento económico, no está en la capacidad de emplear de forma estable a otras personas. Las respuestas obtenidas en este fragmento indican que sus protagonistas pueden estar inmiscuidas en la cartera gastronómica de pequeña escala.

Mientras que otro 37% de la población en estudio indicó que si existía la probabilidad de generar oportunidades de empleo, porque sus actividades comerciales están condicionadas por la diversidad de sectores que implican un prometedor crecimiento. Estos suelen ser los servicios informáticos, venta de cosméticos y servicios de belleza a pequeña escala pero muy demandados por la población local.

#### Cuadro N° 16

##### **Distribución absoluta y porcentual con relación la generación de empleos por temporada a través del micro emprendimiento económico**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Si</b>	58	64%
<b>No</b>	32	36%
<b>Total:</b>	90	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos el 64% de la población objeto de estudio afirmó generar

empleos en temporadas, mientras que un 36% negó la posibilidad de hacerlo.

El Ministerio del poder popular para el turismo y comercio en el año 219, publicó en su último boletín informativo que el municipio Bermúdez del estado Sucre, es considerado una de las ochenta y cinco 85 zonas de alta recurrencia turística en todo el territorio venezolano. En este mismo orden, la Corporación Socialista de Turismo del Edo Sucre (Corsotur) señala que *“El municipio Bermúdez logró el 75,8% de la recepción turística que se produjo en todo el estado, ubicándose como la zona de mayor interés para la economía de puerta y movilidad”*.

El potencial turístico que ha caracterizado esta localidad es aprovechado por el 64% de la población en estudio, debido a que la recurrencia de turistas en temporadas como semana santa, carnaval y fiestas decembrinas, implican una gran demanda de sectores asociados en primer orden a la gastronomía y la estética. Razón por la cual, la mayoría de las féminas emprendedoras en el casco central de la ciudad se convierten en una fuente generadora de empleo estacional que contratan personal para dar abasto a sus actividades productivas.

En otro renglón se encuentran, las actividades productivas vinculadas a servicios de papelería e informática que no representan una demanda significativa para temporadas; es por ello, que se estima que el 30% de las féminas emprendedoras en este sector, estén relacionadas con el 36% de las féminas que han indicado que sus actividades productivas no generan empleo estacional por temporadas. Sin embargo, los servicios de informática representan un mercado amplio, sólido y de amplia demanda que promueve puestos de empleos cruciales para atender la cotidianidad social e institucional de la población Carupanera.

## Cuadro N° 17

### Distribución absoluta y porcentual con relación al requerimiento de tiempo exclusivo para el ejercicio de su actividad de micro emprendimiento económico.

Variable	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Si	52	58%
No	38	42%
<b>Total:</b>	<b>90</b>	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos 58% de la población objeto de estudio indico que sí, y el 42% restante señaló que no.

El micro emprendimiento femenino es considerado una labor moderna e inclusiva que implica un reto significativo para la autorrealización de millones de mujeres; sin embargo, su dedicación demanda un consumo excesivo de tiempo. En este punto, el Blog latino Americano “Atrevete” publica un artículo escrito por la especialista en economía Ángela Lacroz (Año, 2019) donde se afirma lo siguiente:

Ser mujer y emprendedora es una cuestión de perspicacia, al atender un negocio propio en su primera etapa la mujer debe deslastrarse de múltiples tareas que conduzcan al éxito. Y es menester mantener el equilibrio para cumplir con nuestras responsabilidades domésticas, sociales e institucionales.

Las afirmaciones de Lacroz se ven reflejadas en 100% de las féminas Micro emprendedoras. No obstante, un 58% de las féminas se dedican al trabajo de tiempo completo para garantizar el éxito de su negocio porque se encuentra en su primera etapa; lo que probablemente interfiere con sus responsabilidades sociales y familiares.

Claro está, que en los ítems anteriores se demuestra como las féminas Micro emprendedoras están en la obligación de cumplir con otros roles como el de estudiantes, esposas, hijas y madres, llevando a su cargo responsabilidades que también requieren dedicación motivo que se grafica en un 42% de las féminas que no pueden dedicarse a

trabajar tiempo completo en su micro emprendimiento porque son requeridas por otras actividades y prefieren mantener un equilibrio.

### Cuadro N° 18

#### Distribución absoluta y porcentual con relación a la participación del núcleo familiar en las actividades requeridas en la oferta de productos y servicios asociado a su micro emprendimiento económico.

Variable	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Si	59	66%
No	31	34%
<b>Total:</b>	90	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos un 66% afirmo contar con la participación de su familia, mientras un 34% respondió que no.

El micro emprendimiento femenino no es un reto o propósito en exclusiva del cual las féminas no requieran de la participación o cooperación de terceros para materializar sus actividades productivas. En palabras Ángela Lacroz (Año, 2019)

Enfrentar los obstáculos del emprendimiento femenino significa en primer lugar romper con las barreras del patriarcado y sus asignaciones de roles en instituciones como la familia; donde la mujer se halla replegada en una espaciosa caverna llamada hogar. Esto significa reasignar sus roles y emprender una vida exitosa junto a sus esposos, hijos, madres e inclusive terceros.

La metáfora de Lacroz es una crítica al sistema de dominación impuesto sobre las féminas latinas; no obstante, la reasignación de roles también es una realidad que está representada en 66% de las féminas micro emprendedoras que llevan a cabo sus tareas productivas gracias a la cooperación y asistencia familiar. Otro, 31% de las féminas micro emprendedoras materializan sus tareas productivas sin la participación de su núcleo familiar. Sin embargo, han demostrado que esto no es impedimento para su autorrealización y el éxito de actividad económica.

### Cuadro N° 19

**Distribución absoluta y porcentual con relación a las responsabilidades que se ven afectadas por la dedicación de tiempo vinculada a su actividad de micro emprendimiento económico.**

Variable	Frecuencia Ast	Frecuencia %
Labores domesticas	12	14%
Actividades académicas	20	22%
Noviazgo	8	9%
Salud física	1	1%
Cuidado personal	-	-
Actividades recreativas	29	32%
Ninguna	20	22%
<b>Total:</b>	<b>90</b>	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos un 32% de las féminas consultadas indico que sus actividades recreativas están siendo afectadas, 22% su actividades académicas, otro 22% no descuida sus actividades, mientras que el 14% de la población objeto de estudio descuida las labores domésticas, 9% el noviazgo, y un 1% la salud física.

En ítems anteriores se ha señalado que el 100% de las micros emprendedoras que integran la población en estudio tienen diferentes roles tanto familiares como sociales y deben atenderlos sin descuidar la atención que les proporciona su propio negocio. Es por esta razón, que la especialista Lacroz (2019) señala que *“Ser mujer y emprendedora es una cuestión de perspicacia y dedicación pero también es menester mantener el equilibrio para cumplir con nuestras responsabilidades domésticas, sociales e institucionales”*.

El punto, planteado por Lacroz devela lo crucial que es mantener el equilibrio entre negocio y otras responsabilidades de igual importancia. Sin embargo, esto representa una ardua tarea para las féminas que integran la población objeto de estudio debido a que un 87% aún no ha logrado dar con ese punto medio y sus responsabilidades están siendo afectadas en áreas como núcleo familiar, actividades académicas, relaciones conyugales, noviazgo, vida social, actividades recreativas e inclusive la salud física

**Cuadro N° 20**  
**Distribución absoluta y porcentual con relación al logro de su independencia financiera.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Ast</b>	<b>Frecuencia %</b>
<b>Si</b>	63	70%
<b>No</b>	27	30%
<b>Total:</b>	90	Total: 100%

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos 70% de la población objeto de estudio sostuvo que Si, mientras que un 30% señaló que no. Se observa que un 100% de la población objeto de estudio ha venido experimentado notables cambios en relación a la tradición de dependencia femenina; ello puede estar vinculado, con las diversificaron de actividades productivas en la industria moderna, ante la constante demanda de servicios feminizados legalmente transables, y que representan una alternativa clara para el Micro emprendimiento económico en la ciudad de Carúpano. No obstante, la independencia financiera de las féminas emprendedoras para la economista Lacroz (2019) significa *“el resultado económico de la producción organizada y que resulta rentable”*

Según Lacroz la rentabilidad de la producción es un indicador esencial para la independencia financiera de las femeninas emprendedoras; motivo por el cual un 70% han logrado alcanzar este eslabón importante en su fase productiva, superando los niveles de subsistencia implícitos en la primera fase del Micro emprendimiento.

El 30% restante de las féminas Micro emprendedoras no han podido alcanzar su independencia financiera; no obstante, sus actividades productivas se han caracterizado por generar ingresos mínimos que les permiten subsistir destinando sus recursos al mantenimiento de necesidades asociadas a su entorno.

## Cuadro N° 21

### Distribución absoluta y porcentual con relación a las características influyentes en la innovación pertinente a su actividad de micro emprendimiento económico.

Variable	Frecuencia AST	Frecuencia %
Infraestructura	13	15%
Confort	3	3%
Calidad	72	80%
Delivery	2	2%
<b>Total:</b>	<b>90</b>	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos un 80% de la población en estudio ofrecen servicios y productos de calidad, 15% señaló contar con una infraestructura, 3% confort y un 2% cuenta con delivery.

Las actividades económicas del micro emprendimiento que desempeñan el 100% de las féminas que integran la población objeto de estudio estas asociadas a condiciones de alta volatilidad en el mercado local; es por ello que la innovación resulta ser una estrategia destacada que para el economista Rodolfo Cruz implica *“la tecnificación de inversiones inteligentes que garantiza una rápida capitalización de los cambios explícitos en las demandas que caracterizan un consumo muy volátil”*.

Las estrategias de innovación adoptadas por las féminas Micro emprendedoras en el casco central de la ciudad sostienen que 80% se preocuparon por mejorar la calidad del producto y servicio para impactar la percepción de los clientes sobre su valoración de consumo. Otro 15% adoptaron medidas en la transformación de la infraestructura en función de atraer nuevos consumidores, mientras que 3% tecnificaron el confort para un mayor disfrute del consumo y por ultimo un 2% se vio en la necesidad de ofertar el servicio de entrega basado en la venta a distancia para sobrevivir en mercado alterado por la pandemia.

## Cuadro N° 22

### Distribución absoluta y porcentual con referencia a las características que influyen en la capacidad de negociación pertinente a la actividad de micro emprendimiento económico.

Variable	Frecuencia AST	Frecuencia %
Atención al cliente	38	42%
Estrategias de mercado	19	21%
Financiamiento	33	37%
<b>Total:</b>	<b>90</b>	<b>Total: 100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a 90 féminas dedicadas al micro emprendimiento.

Según los datos obtenidos 42% de la población objeto de estudio indicaron tener buena atención al cliente, 21% utiliza estrategias de mercado y 37% financiamiento.

En diversos estudios sobre la tecnificación de recursos para la negociación de sectores comerciales, el economista Rodolfo Cruz señaló que *“los cambios importantes para la economía global se perfilan a través de la reestructuración de nuevos mercados inclusivos que demandan la presencia de una fuerte carga productiva basada en la no discriminación de género”* en este punto, se justifican las nuevas formas de trabajo, llámese informal o por cuenta propia que sustentan las iniciativas de producción materializadas por del 100% de la población objeto de estudio. La feminización del mercado en el casco central de la ciudad carupanera, no solo representa la autorrealización y la no dependencia financiera del género femenino. Sino que también, implica la atención requerida en todos los niveles para la obtención de lo que Lacroz (2019) denomina *“el resultado económico de la producción organizada que resulta rentable”*.

La rentabilidad puede estar sujeta al vertiginoso cambio de las demandas exigidas por la población de féminas carupaneras; motivo por el cual, las emprendedoras que integran la población en estudio en 42% han demostrado una aceptable capacidad de negociación tecnificando la atención al cliente, mientras que 37 % se preocupa por la diversificación de sus finanzas bajo la apertura de nuevas carteras comerciales, y por último un 21% se inclina por las estrategias de mercado para hacer inversiones inteligentes que capitalicen las nuevas tendencias de consumo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### - CONCLUSIONES

Concluido el procesamiento y análisis de los datos correspondientes a los argumentos planteados en los objetivos de investigación, cuyo propósito fue analizar el micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano. Se comienza a entrever las siguientes conclusiones:

- a) Los agentes sociales como la familia, la cultura, la academia y sociedades mercantiles se consideran organizaciones que intervienen en la racionalidad subjetiva de la población objeto de estudio, cuya influencia se justifica a través de los siguientes razones a saber:
  - La necesidad y motivación al logro, son indicadores estrechamente vinculados a los tipos de micro emprendimiento económico ejercido por las féminas que integran la población objeto de estudio en el casco central de la ciudad de Carúpano. Razón por la cual, el 82% de las micro emprendedoras negociaron la constitución de un espacio productivo que les a permitido suplir las necesidades pertinentes a su manutención familiar.
  - Las responsabilidades académicas de un 53% de las féminas que integran la población objeto de estudio constituyeron una reciprocidad simbólica asociadas a su nivel de instrucción; permitiéndoles así una mayor capitalización económica en el micro emprendimiento.
  - La tradición Carupanera constituyo un espacio esencial para las actividades de micro emprendimiento económico ejercida por la población objeto de estudio. Así mismo, sus variedades y costumbres especialmente en temporadas como carnaval, semana santa y decembrinas son una fuente de comercio estrechamente asociado la feminización del mercado urbano, donde su gastronomía y estética son aprovechadas como ventajas exponenciales para estilo de vida comercial.

- Las actividades de micro emprendimiento económico desarrollada por la población objeto de estudio se constituyen sobre la formalización comercial de pequeñas organizaciones que explotan la oferta y demanda de servicios gastronómicos, estéticos de belleza e informáticos. Es por ello, que estos sectores se han establecido como una plaza distintiva, estable y con un potencial de auto empleo sustentabilidad y flexibilidad que aún promueve el emprendimiento de las féminas carupaneras.
- b) La diversificación tipológica que constituye la base comercial del micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad de Carupanera, subyace en la feminización del mercado y su capacidad exponencial de ser explotado a través de servicios asociados a la otredad femenina. Es por ello, que sus porcentajes se distribuyen en 58% sector gastronómico, 30% sector estética & belleza y 12% servicios informáticos. Claro está, que a través de su inferencia, a continuación se pueden detallar las actividades implícitas en la dinámica comercial de la zona.
- La diversidad de sectores asociados al micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano radican en la dualidad extra domestica de la población objeto de estudio. Razón por la cual, los servicios demandados son actividades ciertamente hogareñas (cocina, confección de estética, cuidado personal y salud) que han caracterizado la labor femenina. No Obstante, las féminas micro emprendedoras en esta zona de la ciudad han demostrado la capacidad de capitalizar económicamente sus habilidades domesticas en sectores como la gastronomía, estética, belleza y servicios informático.
  - Las relaciones de producción inherentes a la feminización del mercado urbano en el casco central de la ciudad Carúpano han establecido un complejo tejido constitutivo para la apertura y la distinción de los servicios comerciales; no obstante, la rentabilidad está determinada por la forma de

como las mujeres carupaneras perciben, acceden y usan la ciudad para materializar sus actividades productivas.

- Las femeninas que integran la población objeto de estudio a través del micro emprendimiento económico diseñaron estrategias para la negociación de productos y servicios aprovechando las potencialidades endógenas para las tendencias del mercado local; garantizándose así, el autoempleo como una modalidad de trabajo basado en la autonomía financiera y la flexibilidad laboral.
- c) Los factores socioeconómicos inherentes a la actividad de micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano, están asociados a la racionalidad y cultura económica de las féminas que integran la población objeto de estudio. Desde este enfoque las relaciones de producción se basaron en su nivel de vida, autonomía financiera, innovación, oportunidades y capacidad de negociación.
- El nivel de vida y la autonomía financiera de las micro emprendedoras locales está siendo afectado por las fluctuaciones implícitas en la demanda de servicios, debido a bajo consumo y deficiente rentabilidad económica fundamentada en la subsistencia.
  - La innovación y oportunidades de negociación de las féminas micro emprendedoras subyacen en las relaciones de producción y las características online del mercado local a través de su presencia en redes sociales como el Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram y Mercado Libre.

## **- RECOMENDACIONES**

Una vez analizados los resultados y presentadas las conclusiones pertinentes a la investigación, se procede a señalar recomendaciones dirigidas a las féminas micro emprendedoras que conforman la población objeto estudio.

- Crear organizaciones financieras (asociaciones empresariales, cámaras de comercio) de carácter público y privada para financiar los proyectos de micro emprendimientos femeninos en la población carupanera.
- Promover programas de capacitación comercial para que las micro emprendedoras carupaneras manejen la implementación de diversas estrategias de Marketing Digital y logren publicitar sus productos y servicios.
- Realizar eventos fundamentados en el aprendizaje social de las leyes y políticas que amparen el libre desenvolvimiento en las actividades productivas realizadas por mujeres en el casco central de la ciudad de Carúpano.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Libros:

**Balestrini** (1998), Metodología de la investigación. Caracas Editorial Salesiana, C.A.

**Fidias, A.** Proyecto de investigación. Sexta edición. Editorial Episteme. (2012).

**Hernández Sampieri**, Metodología de la investigación. Caracas. Editorial. Episteme, C.A.(2010),

**Palella y Martíns**, Metodología de la investigación Cuantitativa 3era edición. Caracas. Editorial Fedupel (2017),

**Rojas, B.** (2010). *Investigación cualitativa. Fundamentos y praxis*. 2da edición Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

**Stracuzzi, P.** Metodología de la investigación 1era edición. Caracas. Editorial salesiana. (2017)

**Tamayo y Tamayo** Metodología de la investigación. Caracas, Editorial FEDUPEL.(2003)

### Leyes Citadas:

Constitución De La República Bolivariana De Venezuela (1999).

Ley Orgánica del Trabajo, Los trabajadores y las trabajadoras (2012)

Ley de igualdad de oportunidades para la mujer (1999)

### Trabajos y Tesis de Grado

**Arellano B, Cecilia.** “Factores determinantes que influyen en el emprendimiento femenino en el emporio comercial de gamarra” Año 2018

**BrousseMantur Carolina y Bugmann Mira Carolina.** “Caracterización de las mujeres emprendedoras en el rubro gastronómico caso Valdivia” Año 2016

**Cáceres R, Renéé L y Ramos P, Luz G** “Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la asociación tejedoras Tejidos Huaycan” Año 2017

**González Rodrigo** (2017) “Aproximación sociológica al otro emprendimiento – Caso experiencia social de mujeres emprendedoras en grupos vulnerables”. (Trabajo de Grado en Sociología). Universidad Central de Venezuela.

**Lizcano Luz y Rodriguez Karen** (2017) “Diseño de instrumento para medir el emprendimiento económico del sector juvenil en el área metropolitana de Caracas – Venezuela” (Trabajo de grado en Economía). Universidad Católica Andrés Bello.

**Velazquez Yelitz y González Rosangel** (2013) “Características socio demográficas de los buhoneros ubicados en el casco central de la ciudad de Carúpano, Municipio Bermúdez, Edo Sucre, Durante el año 2013”. (Trabajo de Grado en Sociología). Universidad de Oriente.

### Artículos Científicos:

**Abramovich, A. y Vázquez, G.,** (2018). “La difícil construcción de una economía social: Los emprendimientos productivos de la economía popular”. Artículo presentado en II Congreso Nacional de Políticas Sociales, UNGS, Provincia Bs. As.

**CEPAL.** (2010). Anuario Estadístico De América Latina Y El Caribe, disponible en <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/6/42166/P42166.xml&xsl=/deype/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt>. CEPAL.

**Karlsson, C., Friis, C., &Paulson, T.** (Septiembre de 2004). Relating the entrepreneurship to economic growth. Centre of Excellence for studies in Science and Innovation. Obtenido de <http://www.infra.kth.se/cesis/research/publications/working papers>.

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

**Neffa, J. C.** (2018). Crisis y Emergencia de Nuevos Modelos Productivos. Argentina.

**Ortiz, A.** (2009). Estrategias de Emprendimiento en Comunas Rurales de La Región Metropolitana. Santiago: Tesis para optar al Título de Sociólogo, Universidad de Chile.

**Schumpeter, J.** (1984). Capitalismo, socialismo y democracia. Barcelona.

**WELTI, Carlos y RODRÍGUEZ, Beatriz.** "La investigación en México sobre participación de la mujer en la actividad económica en áreas urbanas y los efectos en su condición social". En: **Las mujeres en la pobreza**, Grupo Interdisciplinario sobre Mujer, Trabajo y Pobreza, El Colegio de México, México. (2012).

**Wennekers, S., & Thurik, R.** (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. Small Business Economics, Vol. 13, N° 1.

#### Consultas en internet:

**Aitor Sánchez** (2020) «El nuevo paradigma es que el alimento sea saludable en sí mismo». Recuperado de: <https://www.elperiodicodearagon.com/ocio/gastronomia/2020/05/03/aitor-sanchez-nuevo-paradigma-alimento>

**Alonso, Ana** (2020) Emprender, una maravillosa aventura. Recuperado de: <https://paginasdemujerempredora.net/anna-conte-emprender-maravillosa-aventura/>

**Elena Valderrábano** (2020) #ForoTelos2020: La empresa del futuro recuperado de: <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/conferencias/forotelos2020-la-empresa-del-futuro/>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2010), En Venezuela 49% de los emprendedores son mujeres. Recuperado de: [https://www.vocesvisibles.com/empendedoras-venezuela/?fbclid=IwAR3IPp7gDiXcNJRmUF\\_wtUL7Ong0NPb9FSrTINm6jG6vU1ueATF\\_Qx-f-k](https://www.vocesvisibles.com/empendedoras-venezuela/?fbclid=IwAR3IPp7gDiXcNJRmUF_wtUL7Ong0NPb9FSrTINm6jG6vU1ueATF_Qx-f-k)

**Guillermo Westreicher** (2019) Concepto de Auto empleo. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/autoempleo.html>

**JoséTavarez**El software y su importancia. Recuperado de: <https://eldia.com.do/el-software-y-su-importancia/>

**Luis Molina** (2020), Mujeres emprendedoras toman la batuta en Venezuela. Recuperado de: <https://nougatdigital.com/mujeres-empendedoras-en-venezuela/?fbclid=IwAR2L2SYHF9U4DyglbtyEHwfvKrOvQEnP9VildBtqdl8uzlwpMi6nSR2eCS4>

**MaryLee Sachs** (2019) Cómo la industria de la belleza se adapta a una sociedad cambiante. Recuperado de: <http://www.marketersbyadlatina.com/articulo/5084-como-la-industria-de-la-belleza-se-adapta-a-una-sociedad-cambiante>

**Miguel Ayuso** ( ), De Mesopotamia a la Guía Michelin: la historia de las mujeres en la cocina es la historia del machismo. Recuperado de: <https://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/mesopotamia-michelin-historia-mujeres-machismo>

**Patricia Armendáriz** (2020), una empresaria que apuesta por la conciencia social. Recuperado de: <https://revistacosas.mx/actualidad/2020/12/07/patricia-armendariz-una-empresaria-que-apuesta-por-la-conciencia-social/>

**Tubella, Inma** (2019), El mercado más emergente: la mujer Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2010/04/27/sociedad/1272319201\\_850215.html?fbclid=IwAR13I\\_SF00UxYx6YOiH0INGqR6i1wULsrV-VQDqIQssOtZEW14ggwF9m-Ng](https://elpais.com/diario/2010/04/27/sociedad/1272319201_850215.html?fbclid=IwAR13I_SF00UxYx6YOiH0INGqR6i1wULsrV-VQDqIQssOtZEW14ggwF9m-Ng)

# ANEXOS



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO DE SUCRE  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

## El Micro Emprendimiento Femenino en el Casco Central de la Ciudad de Carúpano, Año 2020.

El presente formulario contiene veintidós (22) ítems estructurados que representan las veintidós (22) preguntas de selección simple y múltiple, cuyo propósito consistió en la valoración de los datos que serán recolectados para dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación

**a) OBJETIVO GENERAL**

- Analizar el micro emprendimiento Femenino en el casco central de la Ciudad de Carúpano. Año 2020.

**b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ✓ Identificar los agentes sociales que intervienen en la racionalidad del micro emprendimiento femenino en la población objeto de estudio.
- ✓ Describir la diversificación tipológica del mercado femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano.
- ✓ Clasificar los factores socioeconómicos implícitos en el micro emprendimiento femenino del casco central de la ciudad de Carúpano.

Cabe destacar que tanto la Variable como los objetivos de investigación fueron sometidos un arduo proceso de operacionalización que condujo a la oportuna elaboración del cuestionario.

### ***Operacionalización de variables.***

Este proceso consistió La Operacionalización de la Variable Micro emprendimiento Femenino, su definición general y la oportuna extracción de dimensiones intermedias como subjetividad de las emprendedoras, feminización del mercado, racionalidad económica del emprendimiento y cultura del emprendimiento. Cuyos indicadores, se trasformaron en unidades directamente observables que fueron sometidas a procesamientos estadísticos para hallar datos concluyentes en la investigación.

El presente cuestionario estructurado, tiene como propósito recolectar los datos pertinentes a los fines académicos relacionados con el trabajo de investigación, titulado Micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano

### **Instrucciones:**

- Lea detenidamente las siguientes preguntas y responda con la mayor claridad posible.
- Cualquier duda consulte con el investigador(a)

La información obtenida es de carácter confidencial y con fines académicos.

### **Autoras:**

Díaz, María Victoria.  
Bravo, Arlenis Jhoana

***¡Gracias por su colaboración!***

1. **Edad :** \_\_\_\_
2. **Nivel de Instrucción:**
  - Primaria \_\_\_\_
  - Bachillerato \_\_\_\_
  - T.S.U. \_\_\_\_
  - Ingeniería \_\_\_\_
  - Licenciatura \_\_\_\_
3. **Estado Civil:**
  - Soltera \_\_\_\_
  - Casada \_\_\_\_
  - Divorciada \_\_\_\_
  - Viuda \_\_\_\_
  - Conyugue \_\_\_\_
  - No respondió \_\_\_\_
4. **¿Tiene usted carga familiar?**  
 Sí \_\_\_\_  
 No \_\_\_\_
5. **¿Cuánto tiempo tiene usted ejerciendo la actividad de micro emprendimiento económico?**

➤ 1 a 3 años ____	➤ 20 a 23 años ____
➤ 4 a 7 años ____	➤ 24 a 27 años ____
➤ 8 a 11 años ____	➤ 28 a 31 años ____
➤ 12 a 15 años ____	➤ 32 a 39 años ____
➤ 16 a 19 años ____	➤ 40 a 43 años ____
6. **¿Cuál de las siguientes circunstancias incidió en la iniciativa de su micro emprendimiento económico?**

➤ Mantenimiento Familiar ____	➤ Ningunas ____
➤ Desempleo ____	➤ Todas ____
➤ Subsistencia ____	➤ Otras ____
7. **¿Cree usted que a través del micro emprendimiento económico ha mejorado la condición de vida en su entorno familiar?**  
 Si \_\_\_\_  
 No \_\_\_\_ Por qué: \_\_\_\_\_
8. **¿Según su experiencia en el micro emprendimiento económico identifique en que ámbito ha sido más favorecida?**
  - Personal \_\_\_\_
  - Académico \_\_\_\_
  - Empresarial \_\_\_\_
  - Todas \_\_\_\_
  - Otras \_\_\_\_
9. **¿Cuál de los siguientes sectores está vinculado a su actividad de micro emprendimiento económico?**
  - Gastronómicos \_\_\_\_
  - Estética y Belleza \_\_\_\_
  - Servicios de papelería e Informática \_\_\_\_
10. **¿Considera usted que las destrezas asociadas a sus actividades de micro emprendimiento están relacionadas con tus labores domesticas?**  
 Si \_\_\_\_  
 No \_\_\_\_ Por qué: \_\_\_\_\_
11. **¿Cuál de las siguientes características influyeron en la apertura del sector productivo pertinente a su labor en el micro emprendimiento económico?**
  - **Gastronómicos:**  
 Gusto por la cocina \_\_\_\_ Tradición \_\_\_\_ Consumo Saludable \_\_\_\_

- **Estética y belleza:**  
Estilos Tendencias Modas\_\_\_ Diseños\_\_\_ Cuidado Personal\_\_\_
- **Servicios de informática:**  
Vocación\_\_\_ Responsabilidad\_\_\_ Organización\_\_\_ Destrezas\_\_\_ Multitasking\_\_\_.

**12. ¿Cuál de las siguientes características influyeron en la capitalización del sector productivo pertinente a su labor en el micro emprendimiento económico?**

- **Gastronómicos:**  
Recursos autóctonos\_\_\_ Ocupación\_\_\_ Lucrativo\_\_\_ Inversión a bajo costo\_\_\_
- **Estética y Belleza:**  
Inversión a bajo costo\_\_\_ Lucrativo\_\_\_ Demanda\_\_\_
- **Servicio de Informática:**  
Rentabilidad\_\_\_ Demanda\_\_\_

**13. ¿Cuáles de las siguientes características intervienen en la calidad de productos y servicios ofertados por tu actividad de micro emprendimiento económico?**

- **Gastronómicos:**  
Sabor\_\_\_ Variedad\_\_\_ Presentación\_\_\_ Textura\_\_\_ Higiene\_\_\_
- **Estética y Belleza:**  
Variedad\_\_\_ Atención\_\_\_ Técnicas\_\_\_ Higiene\_\_\_ Diseños y Estilos\_\_\_ Tendencias\_\_\_
- **Servicios de informática:**  
Confiabledad\_\_\_ Diseño\_\_\_ Seguridad\_\_\_ Atención\_\_\_

**14. ¿Según su experiencia en el micro emprendimiento económico identifique los beneficios del autoempleo?**

- Eres tu propio jefe\_\_\_
- Satisfacción personal\_\_\_
- Horarios flexibles\_\_\_
- Baja inversión inicial\_\_\_
- Independencia económica\_\_\_
- Toda

**15. ¿Considera usted que su actividad de micro emprendimiento económico puede generar empleo?**

Si\_\_\_  
No\_\_\_ Por qué: \_\_\_\_\_

**16. ¿Considera usted que su actividad de micro emprendimiento económico puede generar empleo según la temporada?**

Si\_\_\_  
No\_\_\_ Por qué: \_\_\_\_\_

**17. ¿Cree usted que las actividades asociadas a su micro emprendimiento económico requieren dedicación exclusiva?**

Si\_\_\_  
No\_\_\_ Por qué: \_\_\_\_\_

**18. ¿Considera usted que su núcleo familiar es participe de las actividades requeridas en la oferta de productos y servicios asociados a su micro emprendimiento económico?**

Si\_\_\_  
No\_\_\_ Por qué: \_\_\_\_\_

**19. ¿Según su experiencia identifique cual de las siguientes responsabilidades están siendo afectadas por la dedicación de tiempo vinculada a su actividad de micro emprendimiento económico?**

- Labores domesticas\_\_\_
- Actividades académicas\_\_\_
- Noviazgo\_\_\_
- Salud física\_\_\_
- Cuidado personal\_\_\_
- Actividades recreativas\_\_\_
- Ninguna\_\_\_

**20. ¿Los ingresos obtenidos con su actividad emprendedora le ha permitido experimentar su independencia financiera?**

Si \_\_\_  
 No \_\_\_ Por qué: \_\_\_\_\_

**21. ¿Cuál de las siguientes características influyen en la innovación pertinente a su actividad de micro emprendimiento económico?**

- Infraestructura \_\_\_
- Confort \_\_\_
- Calidad \_\_\_
- Delivery \_\_\_

**22. Identifique cuál de las siguientes características ha influenciado su capacidad de negociación pertinente a la actividad de micro emprendimiento económico**

- Atención al cliente \_\_\_
- Estrategias de mercado \_\_\_
- Financiamiento \_\_\_

El formato de validación estará sometido al juicio teórico y metodológico de especialistas en ciencias económicas y sociales. Quienes observaran detalladamente las calidad, relevancia y comprensión de los ítems para señalar su apreciación, según las siguientes demarcaciones:

- CALIDAD: M) Mucha; R) Regular; P) Poca.
- RELEVANCIA: MR) Muy relevante; R) Relevante; NR) Nada relevante
- COMPRESION: DF) De fácil comprensión; DM) De comprensión media; DF) De difícil comprensión

**Datos del Especialista:** Profesión \_\_\_\_\_ Universidad: \_\_\_\_\_ Cargo laboral: \_\_\_\_\_ Años de experiencia \_\_\_\_\_. Cédula de identidad: \_\_\_\_\_. Firma \_\_\_\_\_

Ítem	Calidad			Relevancia			Comprensión		
	M	R	P	MR	NR	PR	FC	CM	DF
1. ¿Tiene usted carga familiar?									
2. ¿Cuánto tiempo tiene usted ejerciendo la actividad de micro emprendimiento económico?									
3. ¿Cuál de las siguientes circunstancias incidió en la iniciativa de su micro emprendimiento económico?									
4. ¿Cree usted que a través del micro emprendimiento económico ha mejorado la condición de vida en su entorno familiar?									
5. ¿Según su experiencia en el micro emprendimiento económico identifique en que ámbito ha sido más favorecida?									
6. ¿Cuál de los siguientes sectores está vinculado a su actividad de micro emprendimiento económico?									
7. ¿Considera usted que las destrezas asociadas a sus actividades de micro emprendimiento están relacionadas con tus labores domésticas?									
8. ¿Cuál de las siguientes características influyeron en la apertura del sector productivo pertinente a su labor en el micro emprendimiento económico?									
9. ¿Cuál de las siguientes características influyeron en la capitalización del sector productivo pertinente a su labor en el micro emprendimiento económico?									
10. ¿Cuáles de las siguientes características intervienen en la calidad de productos y servicios ofertados por tu actividad de micro emprendimiento económico?									
11. ¿Según su experiencia en el micro emprendimiento económico identifique los beneficios del autoempleo?									
12. ¿Considera usted que su actividad de micro emprendimiento económico puede generar empleo?									
13. ¿Considera usted que su actividad de micro emprendimiento económico Puede generar empleo según la temporada?									
14. ¿Cree usted que las actividades asociadas a su micro emprendimiento económico requieren dedicación exclusiva?									
15. ¿Considera usted que su núcleo familiar es participe de las actividades requeridas en la oferta de productos y servicios asociados a su micro emprendimiento económico?									
16. ¿Según su experiencia identifique cual de las siguientes responsabilidades están siendo afectadas por la dedicación de tiempo vinculada a su actividad de micro emprendimiento económico?									
17. ¿Los ingresos obtenidos con su actividad emprendedora le ha permitido experimentar su independencia financiera?									
18. ¿Cuál de las siguientes características influyen en la innovación pertinente a su actividad de micro emprendimiento económico?									
19. Identifique cuál de las siguientes características ha influenciado su capacidad de negociación pertinente a la actividad de micro emprendimiento económico									

## METADATOS

### Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 1/6

<b>Título</b>	<b>El Micro Emprendimiento Femenino en el Casco Central de la Ciudad de Carúpano, Año 2020.</b>
---------------	---

<b>Apellidos y Nombres</b>	<b>Código CVLAC / e-mail</b>	
<b>Díaz Alcalá, María Victoria</b>	<b>CVLAC</b>	26.230.457
	<b>e-mail</b>	mvdiaz16@gmail.com

**Autoras:**

<b>Apellidos y Nombres</b>	<b>Código CVLAC / e-mail</b>	
<b>Bravo López, Arlenis Jhoana</b>	<b>CVLAC</b>	27.288.306
	<b>e-mail</b>	arlenisbravo14@gmail.com

**Palabras o frases claves:**

Micro emprendimiento, Feminización del mercado, subjetividad, feminismo, cultura del emprendimiento, Carúpano.

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

### Líneas y Sub líneas de Investigación:

Área	Sub área
Ciencias Sociales	Sociología

### Resumen (Abstrac)

La Presente investigación se realizó con el propósito de analizar el micro emprendimiento femenino en el casco central de la ciudad de Carúpano durante el período 2020. Sus fundamentos teóricos se integraron en enfoques modernos planteados por el sociólogo, economista y escritor Jaysuño Abramovich Schwartzberg, sobre la feminización del trabajo y economía del emprendimiento. Los objetivos específicos del presente estudio se centraron en identificar los agentes sociales que intervienen en la racionalidad del micro emprendimiento femenino para describir su diversificación tipológica en la feminización del mercado, clasificando los factores socioeconómicos inherentes a su capitalización productiva en el casco central de la ciudad de Carúpano. La arquitectura metodológica del estudio es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y su diseño es de campo; la población objeto de estudio estuvo conformada por trescientas (300) mujeres micro emprendedoras ubicadas en el casco central de la ciudad, de las cuales se sustrajo una muestra representativa de noventa (90) féminas sometidas a un cuestionario integrado por veintidós (22) preguntas cerradas de selección simple y múltiple, de las que se obtuvieron datos estadísticos procesados mediante frecuencia absoluta y porcentual. Cuyos resultados concluyentes demuestran que las féminas micro emprendedoras de la población objeto de estudio son inducidas a emprender actividades productivas para cumplir con las exigencias económicas requeridas por agentes sociales como la familia, la cultura y la academia. Otro resultado concluyente indica que las mujeres carupaneras perciben, acceden y usan la ciudad para materializar sus actividades productivas constituyendo un mercado distintivo, feminizado y asociado a su experiencia en sectores como: gastronomía, estética, belleza y servicios informáticos. Así mismo la dinámica comercial de este mercado interviene en sus relaciones de producción determinando su nivel de vida, autonomía financiera, innovación de carteras, oportunidades de crecimiento y capacidad de negociación.

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 3/6

**Contribuidores:**

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail	
APONTE C., JOSÉ	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	8.883.856
	e-mail	oriental96@gmail.com
RIVERA, CARLOS	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	6.521.395
	E mail	petri_ks@hotmail.com
URQUIOLA, JESÚS	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input checked="" type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	20.124.999
	e-mail	jesúsurquiola1@hotmail.com

**Fecha de discusión y aprobación:**

Año          Mes          Día

2021	08	05
------	----	----

**Lenguaje:** SPA

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

### Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis MaríaV&ArlenisJ	Aplication/word

### Alcance:

**Espacial:** Regional

**Temporal:** Mediano Plazo

### Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciatura en Sociología

### Nivel Asociado con el Trabajo:

Licenciatura, 3er. Nivel

### Área de Estudio:

Sociología

### Institución que garantiza el Título o Grado:

Universidad de Oriente

# Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
CONSEJO UNIVERSITARIO  
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano  
**Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ**  
Vicerrector Académico  
Universidad de Oriente  
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.



Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

**JUAN A. BOLAÑOS CUNVELO**  
Secretario



C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Telemática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/manuja

Apartado Correos 094 / Telfs: 4008042 - 4008044 / 8008045 Telefax: 4008043 / Cumaná - Venezuela

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 6/6

Art. 41 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado (Vigente a partir del II semestre del año 2009, según comunicación CU-034-2009): "Los Trabajos de Grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario para su autorización".



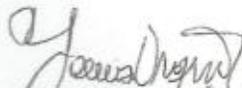
MARÍA V. DÍAZ A.

Autora I



ARLENIS J. BRAVO L.

Autora II



JESÚS E. URQUIOLA U.

TUTOR