



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS DEL AGRO Y DEL AMBIENTE
DEPARTAMENTO DE LICENCIATURA EN TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS
CURSOS ESPECIALES DE GRADO
ÁREA GERENCIA**

**EVALUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL
ÁREA DE ALIMENTOS EN EL SECTOR ZONA INDUSTRIAL DE LA
PARROQUIA SANTA CRUZ, MUNICIPIO MATURÍN, ESTADO
MONAGAS, VENEZUELA.**

Trabajo de Grado modalidad Cursos Especiales de Grado Presentado por:

DOMÍNGUEZ COVA, VALENTINA ALEJANDRA

Como requisito parcial para optar al título de:
LICENCIADO EN TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS

Febrero, 2025

**EVALUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL ÁREA
DE ALIMENTOS EN EL SECTOR ZONA INDUSTRIAL DE LA PARROQUIA
SANTA CRUZ, MUNICIPIO MATURÍN, ESTADO MONAGAS, VENEZUELA.**

Trabajo de Grado modalidad Cursos Especiales de Grado Presentado por:

DOMÍNGUEZ COVA, VALENTINA ALEJANDRA

Como requisito parcial para optar al título de:
LICENCIADO EN TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS



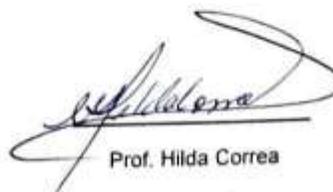
Prof. Efrain Ordaz.

Asesor.



Prof. Luisa Gamboa

Jurado



Prof. Hilda Correa

Jurado

ACTA DE APROBACIÓN



ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

CTG-ECAA-DLTA-2025

MODALIDAD: CURSOS ESPECIALES DE GRADO
ÁREA: GERENCIA

ACTA N° 739

PERIODO ACADÉMICO: II-2024		COHORTE:	
CODIGO	SEMINARIOS	CALIFICACIÓN	PROFESOR
209-5123	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	Diez (10)	M.Sc. JANNY REYES
209-5223	GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS	Diez (10)	M.Sc. MARYLETT OLLARVES
209-5323	GESTIÓN DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN EL ÁREA DE ALIMENTOS	Nueve (9)	Ldo. EFRAIN ORDAZ
209-5013	PRINCIPIOS GERENCIALES DE PROYECTO DE NEGOCIOS	Nueve (9)	Ldo. HILDA CORREA

En Maturín, siendo las 2:00 pm, del día 05 de Marzo de 2025, reunidos en la sala "Luis Arnoldo Guevara Martínez", Campus: Guaritos de la Universidad de Oriente, Núcleo de Monagas, los miembros del jurado profesores: Luisa Gamboa (Jurado), Hilda Correa (Jurado), y Efraín Ordaz (Tutor Académico), a fin de cumplir con el requisito parcial exigido por el Reglamento de Trabajo de Grado vigente para obtener el Título de **Licenciado en Tecnología de Alimentos**, visto el rendimiento obtenido en los seminarios se procedió a la presentación y defensa del trabajo de investigación titulado: **"EVALUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL ÁREA DE ALIMENTOS EN EL SECTOR ZONA INDUSTRIAL DE LA PARROQUIA SANTA CRUZ, MUNICIPIO MATURÍN, ESTADO MONAGAS, VENEZUELA"**, por la Bachiller: **VALENTINA ALEJANDRA DOMÍNGUEZ COVA C.I. N° 28.583.385**. El jurado, luego de la discusión del mismo acuerdan calificarlo como: Aprobado

M.Sc. Luisa Gamboa
C.I.: 13.249.955
Jurado Principal

Ldo. Hilda Correa
C.I.: 9.286.744
Jurado Principal

Ldo. Efraín Ordaz
C.I.: 16.926.800
Tutor Académico

B. Valentina Alejandra Domínguez Cova
C.I.: 28.583.385
Estudiante

M.Sc. Roxana Hernández
C.I.: 13.416.553
Comisión de Trabajo de Grado



M.Sc. Roxana Hernández
C.I.: 13.416.553
Jefe Departamento

Según establecido en Resolución de Consejo Universitario N.° 014, 2009 de fecha 11.09.2009 y Artículo 13 Literal F del Reglamento de Trabajo de Grado de la Universidad de Oriente. Esta acta está inscrita en la lista N.° 052 del libro de Actas de Trabajo de Grado del año 2025 del Departamento de Licenciatura en Tecnología de Alimentos de la Escuela de Ciencias del Agro y del Ambiente y está debidamente firmada por los miembros del Jurado, Tutor y Estudiante.

DEL PUEBLO VENIMOS / HACIA EL PUEBLO VAMOS

Av. Universidad, Campus Los Guaritos, Maturín, Estado Monagas, Apartado Postal N° 6204
dpto.tecnologiasagrarias@unioe.edu.ve

RESOLUCIÓN

De acuerdo con el artículo número 41 del reglamento de trabajo de grado de la Universidad de Oriente: “Los Trabajos de Grado son de exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente y solo podrán ser utilizados a otros fines con el consentimiento del Consejo de núcleo respectivo, el cual participa al consejo universitario”.

DEDICATORIA

A la memoria de mi abuela Deyanira, cuya luz continúa iluminando mi camino. Tu amor, sabiduría y fortaleza me acompañan en cada paso que doy. Este logro es un tributo a tu legado y a las innumerables enseñanzas que me dejaste.

A Dios, por ser la guía constante en mi vida. En cada momento de incertidumbre, he encontrado consuelo y dirección en tu presencia.

A mis padres Alejandra y Miguel, por su incondicional apoyo y sacrificio. Su amor y dedicación han sido el cimiento sobre el cual he construido mis sueños. Gracias por creer en mí y por enseñarme la importancia del esfuerzo y la perseverancia. Esta tesis es un agradecimiento a todo lo que han hecho por mí.

A mis hermanas Mikaela y Marcela, mi fuente de alegría y motivación. Cada risa y momento compartido me recuerda la importancia de luchar por mis sueños. Este logro es también para ustedes, para que siempre recuerden que todo es posible con amor y esfuerzo, con la esperanza de que sigan persiguiendo sus propias metas con valentía y determinación.

Valentina Alejandra Domínguez Cova

AGRADECIMIENTO

Con inmenso agradecimiento, expreso mi gratitud a mi tutor, Efraín. Sus enseñanzas, consejos y apoyo incondicional han sido la brújula que me ha guiado en este viaje académico. Gracias por creer en mí y por iluminar mi camino con tu sabiduría y paciencia.

A Dios, fuente infinita de mi fortaleza y esperanza. Gracias por tu amor y por ser mi refugio en los momentos de duda. Por brindarme la sabiduría y el coraje para afrontar cada desafío y por acompañarme en cada paso de este camino.

A mi familia, en especial a mis padres y hermanas. Su amor incondicional y su apoyo constante han sido mi mayor motivación. Gracias por cada sacrificio, por cada palabra de aliento y por ser mi roca en los momentos difíciles.

A mis amigos, en particular a mi mejor amigo Rafael, a mi amiga Geo y a mis compañeros de áreas. Gracias por estar a mi lado, por compartir mis risas y mis lágrimas, y por hacer de este viaje una experiencia inolvidable.

A mi querida casa de estudios, la Universidad de Oriente. Me siento profundamente orgullosa de ser parte de esta institución que ha sido el terreno fértil donde he podido sembrar y cultivar mis sueños. Gracias por brindarme el espacio y las herramientas necesarias para crecer tanto académica como personalmente.

Valentina Alejandra Domínguez Cova

ÍNDICE

ACTA DE APROBACIÓN	iii
RESOLUCIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
SUMMARY	xii
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	4
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
REVISIÓN DE LITERATURA	5
BASES TEÓRICAS	5
Emprendimiento	5
Tipos de emprendedores	7
Ecosistema Emprendedor	9
Importancia del emprendimiento en la sociedad	12
Emprendimiento en Venezuela	13
Acciones del estado venezolano sobre el emprendimiento en el país	17
BASES LEGALES	23
ANTECEDENTES	31
METODOLOGÍA	35
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	35
TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	36
POBLACIÓN Y MUESTRA	36
Población	36
Muestra	37
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	37
RECOPIACIÓN DE DATOS DEMOGRÁFICOS, EDUCATIVOS Y ECONÓMICOS DE LOS PROPIETARIOS DE EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.	39
EXPLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING UTILIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES PARA DAR A CONOCER SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.	39

ESTIMACIÓN DE ASPECTOS MICROECONÓMICOS (INGRESOS MENSUALES PROMEDIO, EGRESOS MENSUALES PROMEDIO, UTILIDAD MENSUAL PROMEDIO, COSTOS MENSUALES PROMEDIOS, ETC) DE LOS EMPRENDIMIENTOS.....	40
IDENTIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE ASPECTOS LEGALES/NORMATIVOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL SECTOR.....	41
ESTABLECIMIENTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.....	41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
DATOS DEMOGRÁFICOS, EDUCATIVOS Y ECONÓMICOS DE LOS PROPIETARIOS DE EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.....	43
Edad y género.....	43
Nacionalidad del emprendedor y lugar de residencia.....	45
Nivel educativo y campo de estudio.....	46
Ingresos personales mensuales.....	47
Fuente de financiamiento para su emprendimiento.....	48
ESTRATEGIAS DE MARKETING UTILIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES PARA DAR A CONOCER SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.....	50
Canales de marketing para el emprendimiento.....	50
Presupuesto mensual asignado para marketing.....	51
Frecuencia y estrategias de las campañas de marketing.....	52
Estrategias de precios.....	53
ASPECTOS MICROECONÓMICOS (INGRESOS MENSUALES PROMEDIO, EGRESOS MENSUALES PROMEDIO, UTILIDAD MENSUAL PROMEDIO, COSTOS MENSUALES PROMEDIOS, ETC) DE LOS EMPRENDIMIENTOS.....	55
Ingresos mensuales estimados del emprendimiento.....	55
Costos mensuales estimados del emprendimiento.....	56
Beneficios netos estimados del emprendimiento.....	57
Inversiones realizadas mensualmente al emprendimiento.....	59
Declaración de impuestos al fisco nacional y municipales.....	60
ASPECTOS LEGALES/NORMATIVOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL SECTOR DE ALIMENTOS.....	61
Documento de registro de los emprendimientos.....	61
Permiso de sanitario.....	62
Cumplimiento de las normas laborales.....	63
CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.....	65

Principal fuente de ingresos	65
Clientes del emprendimiento	66
Financiamiento para el emprendimiento.....	67
Desafíos del emprendimiento	69
Nivel de competencia del sector.....	71
CONCLUSIONES	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
APÉNDICE	79
HOJAS DE METADATOS	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Representación gráfica de la relación entre la edad y género de los emprendedores.....	43
Figura 2. Representación gráfica de la relación entre la nacionalidad del emprendedor y su lugar de residencia.	45
Figura 3. Representación gráfica de la relación entre el nivel educativo y el campo de estudio de los emprendedores.....	46
Figura 4. Representación gráfica de los ingresos personales mensuales del emprendedor.	47
Figura 5. Representación gráfica de las fuentes de financiamiento para los emprendimientos.....	49
Figura 6. Representación gráfica de los canales de marketing utilizados para el emprendimiento.....	50
Figura 7. Representación gráfica del presupuesto mensual asignado para marketing.....	51
Figura 8. Representación gráfica del contraste entre la frecuencia y la estrategia de las campañas de marketing.	52
Figura 9. Representación gráfica de las estrategias de precios usadas por los emprendimientos.	54
Figura 10. Representación gráfica de los ingresos mensuales estimados del emprendimiento.	55
Figura 11. Representación gráfica de los costos mensuales estimados del emprendimiento.....	57
Figura 12. Representación gráfica de los beneficios netos estimados del emprendimiento.....	58
Figura 13. Representación gráfica de las inversiones estimadas realizadas mensualmente al emprendimiento.	59
Figura 14. Representación gráfica del contraste entre la declaración de impuestos al fisco nacional e impuestos municipales.	60
Figura 15. Representación gráfica del documento de registro.....	61
Figura 16. Representación gráfica del permiso de funcionamiento sanitario.....	62
Figura 17. Representación gráfica de las normas laborales.	64
Figura 18. Representación gráfica de la fuente de ingresos.....	65
Figura 19. Representación gráfica de los tipos de clientes.	67
Figura 20. Representación gráfica de si ha buscado fuentes de financiamiento.	68
Figura 21. Representación gráfica de los desafíos del emprendimiento.....	69
Figura 22. Representación gráfica del nivel de competencia.....	71

RESUMEN

El emprendimiento es una disciplina científica dedicada al estudio metodológico de los emprendedores, la función empresarial y la creación de empresas, la presente investigación se ocupa de estudiar este fenómeno en el caso venezolano con el objetivo de evaluar las características socio-económicas de los emprendimientos del área de alimentos ubicados en la avenida principal del sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín, estado Monagas. En la última década, la situación económica del país ha sido muy compleja, originando la aparición de múltiples actividades económicas de parte de la población que busca una opción de ingreso que le permita subsistir, en este complejo escenario, a pesar de un entorno económico complejo, Venezuela ha mostrado signos de recuperación y crecimiento económico. Se optó por utilizar el método de investigación mixto, de nivel descriptivo; según el método que se aplicó, se realizó de una investigación de campo y por ser la población pequeña y de fácil manejo no fue necesario tomar muestra ya que se examinó a la totalidad la población, que son los emprendimientos del área de alimentos formalmente establecidos y ubicados en la avenida principal del sector Zona Industrial, la muestra estará representada por cinco (05) emprendimientos, la técnica que se utilizó para llevar a cabo la recopilación de datos fue la entrevista y la encuesta mientras que el instrumento fue la grabadora y el cuestionario. Se concluye que los emprendimientos en la Zona Industrial, liderados principalmente por adultos jóvenes y mujeres, se caracterizan por su participación en la economía formal. Estos negocios también enfrentan significativos desafíos burocráticos y financieros, como la obtención de permisos sanitarios y acceso a financiamiento bancario, cruciales para su desarrollo. A pesar de depender económicamente de sus actividades empresariales y percibir un alto nivel de competencia, estos emprendimientos encuentran aún nichos de mercado no explorados, mostrando su potencial de expansión. La gestión de costos y beneficios revela una estructura financiera estable y sostenible.

Palabras claves: Emprendimiento en alimentos, Emprendedor, Aspectos microeconómicos de los emprendimientos.

SUMMARY

Entrepreneurship is a scientific discipline dedicated to the methodological study of entrepreneurs, the entrepreneurial function and the creation of companies. The present research deals with studying this phenomenon in the Venezuelan case with the aim of evaluating the socio-economic characteristics of the food area ventures located on the main avenue of the Industrial Zone sector of the Santa Cruz parish, Maturín municipality, Monagas state. In the last decade, the economic situation of the country has been very complex, giving rise to multiple economic activities by the population looking for an income option that allows them to survive. In this complex scenario, despite a complex economic environment, Venezuela has shown signs of recovery and economic growth. It was decided to use the mixed research method, at a descriptive level; According to the method to be applied, it will be a field research and because the population is small and easy to manage, it will not be necessary to take a sample since the entire population will be examined, which are the formally established food businesses located on the main avenue of the Industrial Zone sector. The sample will be represented by five (05) businesses. The technique to carry out the data collection was the interview and the survey while the instrument was the recorder and the questionnaire. It is concluded that the businesses in the Industrial Zone, led mainly by young adults and women, are characterized by their participation in the formal economy. These businesses also face significant bureaucratic and financial challenges, such as obtaining health permits and access to bank financing, crucial for their development. Despite being economically dependent on their business activities and perceiving a high level of competition, these businesses still find unexplored market niches, showing their potential for expansion. Cost and benefit management reveals a stable and sustainable financial structure.

Keywords: Food entrepreneurship, Entrepreneur, Microeconomic aspects of entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

Lo que hoy conocemos como emprendimiento surgió desde los preceptos del hombre económico hasta transformarse en el hombre emprendedor, y ha ido evolucionando en diversas definiciones expuestas en publicaciones de carácter académico. Petit (2007) presenta al emprendimiento como un proceso de transformación de recursos para satisfacer fines de distinta naturaleza. Un emprendimiento para que sea de calidad debe constituirse en procesos virtuosos que generen más beneficios que costos y que potencialmente agreguen valor y sustentabilidad a la actividad.

Para iniciar este camino de conocimiento se debe destacar que el emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar. Joseph Schumpeter en 1934, fue el primero en definir al emprendimiento como el proceso de encontrar aplicaciones económicas para las invenciones.

El emprendimiento es una disciplina científica relativamente joven que ha experimentado un crecimiento substancial en los últimos años. Este aumento de los estudios sobre la actividad emprendedora va asociado a la progresiva relevancia de la contribución de las nuevas empresas en las economías de los territorios. El emprendimiento es, pues, un mecanismo clave para el crecimiento económico y el desarrollo de la innovación de una región. La fundación de nuevas empresas va asociada a la generación de empleo, la creación de riqueza, el incremento de la competitividad y el desarrollo tecnológico (Vallmitjana 2016).

La situación económica compleja de Venezuela, impulsó a un elevado porcentaje de la población a buscar actividades económicas alternativas, que le permitieran elevar su ingreso y subsistir. Las cifras obtenidas de Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) en su última medición del año 2021, muestran un 94 % de pobreza, de acuerdo a los parámetros utilizados en la medición, sin embargo, los venezolanos han ido recuperando progresivamente, una pequeña parte del poder de compra que le arrebató la hiperinflación y la dolarización de la economía (ENCOVI 2022).

El emprendimiento de actividades económicas en diversos sectores, ha marcado la realidad de los venezolanos. Sectores como la distribución de alimentos, entregas a domicilio, manufactura de comida, prestación de servicios, entre otros, pasaron a dominar las actividades de los venezolanos. Muchas de estas actividades pueden calificarse como de subsistencia, sin embargo, se ha insertado en el ADN del venezolano, la inquietud por tener independencia económica y no depender de un salario. La motivación detrás de esta investigación, es conocer si esas actividades están contribuyendo de alguna forma con la recuperación del crecimiento económico y sí están favoreciendo al desarrollo socio económico del sector.

Según Rodríguez y Ojeda (2015), lo que diferencia un emprendimiento de una actividad de supervivencia, no es el tamaño, el capital invertido o el hecho de ser formal, viene de los objetivos detrás del inicio de la actividad, cuál es el horizonte que se fija el individuo cuando inicia la actividad. El hecho de ser lo suficientemente rentable para constituir un ingreso aceptable, no implica que el objetivo de prestar el servicio o llevar un producto al mercado, sea el de consolidarse como una opción en el mercado. Así, una venta de empanadas puede ser una actividad de supervivencia o un emprendimiento de acuerdo a la forma como es concebida.

El aporte que se pueda realizar con esta investigación está dirigido a brindar información y herramientas sobre el tema del emprendimiento en el área de alimentos, como el primer paso para dar inicio a una empresa en Venezuela. La carrera de Licenciatura en Tecnología de Alimentos forma profesionales integrales, capacitados para llevar las riendas no sólo de la producción sino también el área gerencial/administrativa de una empresa o con el ideal de gerenciar nuestra propia empresa, parte de los objetivos de los cursos especiales de grado en el área de gerencia, es por esto que con esta investigación se busca ampliar información sobre el primer paso para llegar a constituir una empresa siendo este el emprendimiento.

La importancia de esta investigación radica en conocer y profundizar los aspectos económicos y sociales ligados a la actividad emprendedora del área de alimentos, con la intención de conocer cómo esta actividad ha contribuido al desarrollo económico y social de la ciudad, también permite a través de sus resultados, identificar las mejores opciones de inversión a iniciativas en el área contribuyendo al conocimiento acumulado y a la optimización de los procesos de planificación y ejecución de ideas de negocios. Para ello, se realizó un estudio de campo con el que se evaluó las características socio-económicas de los emprendimientos del área de alimentos ubicados en el sector Zona Industrial del municipio Maturín, en Monagas, Venezuela.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar las características socio-económicas de los emprendimientos del área de alimentos ubicados en la avenida principal del sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín, estado Monagas, Venezuela.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar datos demográficos, educativos y económicos de los propietarios de emprendimientos en el área de alimentos ubicados en la zona.
- Explicar las estrategias de marketing utilizadas por los emprendimientos para dar a conocer sus productos y/o servicios.
- Estimar aspectos microeconómicos (ingresos promedio mensual, egresos promedio mensual, utilidad promedio mensual, costos promedio mensual) de los emprendimientos.
- Identificar el cumplimiento de aspectos legales/normativos de los emprendimientos establecidos en el sector.
- Establecer características descriptivas de los emprendimientos en el área de alimentos ubicados en la zona.

REVISIÓN DE LITERATURA

Una vez determinada la problemática a investigar y establecidos los objetivos, se procede a revisar documentos para resaltar los estudios que otros investigadores y/o autores han desarrollado sobre el tema en referencia, lo que constituye el marco teórico del trabajo de investigación que en este caso está conformado las bases teóricas, el sustento legal para la viabilidad del estudio y por los antecedentes afines al proyecto de investigación.

BASES TEÓRICAS

Emprendimiento

De acuerdo a Castillo (1999), la palabra emprendimiento es de origen francés e inicialmente se utilizaba para “para referirse a estos aventureros como Colón que se venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar”. El economista Joseph Schumpeter fue el primero en utilizar la palabra “para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados.”

La palabra emprendimiento se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. El emprendimiento ha estado históricamente asociado a la actividad, la creatividad, el riesgo, la conquista, el heroísmo, el cálculo y la aventura (Pineda 2014).

La Real Academia Española en su Diccionario (2001) recoge que “emprendedor/ra” es quien “adj. Que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas.” Y define emprender, en su primera acepción, como:

“Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

El emprendimiento es una disciplina científica dedicada al estudio metodológico de los emprendedores, la función empresarial y la creación de empresas. El crecimiento de este tipo de estudios en los últimos años se debe a la trascendencia que supone la creación de empresas para el desarrollo tecnológico y económico de un territorio (Vallmitjana 2016).

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, debido a la necesidad de las personas de solucionar los constantes y crecientes problemas que se presentan. Del término emprendimiento han emanado definiciones provenientes de diversos autores, las cuales, coinciden o se diferencian según la visión de estos (Guerra *et al.* 2015).

Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.

Para Brandt (2014) el emprendimiento es la capacidad para reconocer recursos productivos destinados a una idea o innovación con el fin de concretar una empresa. El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado.

El emprendimiento, ha sido tomado como una opción relevante para cualquier país, sociedad, empresa o individuo. Las formas que ha tomado muestran que sí es posible crear oportunidades empresariales cuando se cuentan con los recursos y mecanismos necesarios para desarrollarlos. El problema ha estado enfocado en el impacto y la sostenibilidad de las iniciativas que, convertidas en empresas, fracasan a los pocos años convirtiendo el instrumento en un paliativo temporal de la necesidad laboral (Gutiérrez *et al.* 2014).

Tipos de emprendedores

En la literatura, se pueden encontrar diversos tipos de emprendedores, es indispensable delimitar a qué se refieren los autores al hablar de emprendimiento, puesto que en función del tipo de emprendedor a tratar se pueden obtener diversos resultados. Se detallan los tipos de emprendedores que a juicio del autor del presente trabajo son los estudiados:

Emprendedores por necesidad o de subsistencia

Los llamados emprendedores por necesidad o emprendedores de subsistencia, son aquellos individuos que deciden buscar nuevas alternativas porque consideran que no tienen opciones de empleo que satisfagan su situación profesional y económica. Para Somarriba (2015), esta condición es motivada por “condiciones económicas, desempleo, discriminación, inmigración o falta de recursos.

Son aquellos que no disponen de las posibilidades, ya sean estas económicas, sociales y culturales para desarrollarse, siendo el principal motivo el hecho de que fueron creados por necesidad. Pueden encontrarse

enmarcados dentro de lo que se conoce como economía informal, por lo que se puede analizar cómo se desarrolla dentro de condiciones de vulnerabilidad, pobreza y exclusión social.

Según Gustavo y Reyes (2007), director de la Academia Wayra Venezuela, los emprendedores por necesidad no generan un impacto positivo en la sociedad más allá del ingreso económico percibido para un grupo reducido de personas o para su grupo familiar.

Emprendedores por oportunidad o innovadores

Siguiendo las definiciones dada por la Corporación Andina de Fomento (2013), se entiende por emprendedores innovadores a aquellos individuos que a diferencia de los emprendedores por necesidad o de subsistencia poseen un alto potencial de crecimiento y además se les conoce por mantenerse en el mercado por medio de la diversificación de productos o servicios, debido a que estos, buscan dar una respuesta a un posible problema o necesidad presente en el mercado.

La principal ventaja de un emprendimiento de oportunidad, es su mayor capacidad de adaptarse al mercado y sobrevivir. Los emprendimientos por necesidad, suelen disolverse en poco tiempo, ya que su capacidad de adaptación es limitada. La principal desventaja de un emprendimiento de oportunidad, es que necesita tiempo para su ejecución y aún más para alcanzar madurez, por lo que es posible que no genere ingresos suficientes por algún tiempo. Al ser producto de un plan de negocio, los emprendimientos de oportunidad requieren de mayor inversión, por lo que muchas veces requieren de encontrar un adecuado financiamiento.

Ecosistema Emprendedor

Ecosistema y emprendimiento son dos términos que se han vuelto comunes.

La Real Academia Española (2019) define: Ecosistema como una “comunidad de seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores físicos de un mismo ambiente”.

Y a emprendimiento, como la “acción y efecto de emprender”, refiriéndose a acometer una obra. Por otra parte, Emprendedor, como un adjetivo que refiere a “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras”. Finalmente emprender, como “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.”

Se puede definir un ecosistema de emprendimiento como una comunidad en la que diversos actores, y sus procesos se relacionan entre sí, y se desarrollan en función de un mismo ambiente; en donde pueden comenzar empresas.

La palabra ecosistema fue introducida en 1935 por Tansley, quien lo definió como un conjunto de organismos adyacente a factores físicos de su medio ambiente; en un espacio determinado, y propuesto además como una de los elementos básicos de la naturaleza (Armenteras 2015).

Dubini (1989) fue uno de los primeros autores que utilizó el término de ecosistema en relación a los negocios, originalmente lo llamó entorno para definir que éstos se caracterizan por la participación de empresas familiares, así como por una economía diversa, modelos a seguir, una sólida

infraestructura empresarial, disponibilidad de capital de inversión, cultura empresarial de apoyo y el incentivo de la creación de empresas a través de políticas públicas (citado en Spigel 2015).

En 1993, James Moore, realiza una invitación a que una empresa no sea vista únicamente como un miembro de una industria sino como parte de un ecosistema empresarial. A través del documento de su autoría, publicado en la revista Harvard Business Review y titulado Predadores y presas: una nueva ecología de la competencia; vincula las estrategias y el enfoque sistémico. Además, define al ecosistema empresarial como una agrupación de empresas que suman sus capacidades en torno a una nueva innovación; trabajando y colaborando entre sí para el desarrollo de nuevos productos y la satisfacción de los clientes. Para Moore, el ecosistema empresarial, al igual que un ecosistema biológico, se transforma gradualmente en una comunidad más estructurada; y se fortalecen gracias al capital, el interés del cliente y el talento generado por nuevas innovaciones.

Posteriormente Spilling (1996), define a un ecosistema emprendedor como “la complejidad de actores, roles y factores ambientales que interactúan para determinar el desempeño empresarial de una región o localidad”.

Daniel Isenberg (2011) cree que un ecosistema de emprendimiento representa una efectiva estrategia para estimular el desarrollo y la prosperidad económica; y lo define como la interrelación y acción que surge entre diversos factores de la política, financiamiento, cultura, soporte, capital humano y mercado, que propician las condiciones adecuadas para el nacimiento de nuevas empresas.

Ecosistema emprendedor en Venezuela

Desde el primer trimestre del año 2010 un grupo de organizaciones venezolanas ha unido esfuerzos para articular iniciativas en pro del desarrollo y la promoción de la actividad emprendedora en el país. El punto en común que logró atraer a este grupo fue el reconocimiento de la importancia que tiene el factor empresarial para el desarrollo económico y social. Alrededor de tres millones de personas inician anualmente una empresa en Venezuela, y apenas 200.000 logran mantener su iniciativa por más de tres años y medio (Auletta *et al.* 2010). Esto da una idea de la tasa de mortalidad de nuevas empresas en el país, donde la brecha entre las nacientes y las establecidas es una de las más amplias del mundo. Ante esta realidad surgió la idea de constituir una red denominada Ecosistema Nacional de Emprendimiento (ENE) que aglutina a las organizaciones relevantes en las diversas etapas por las que pasa un emprendedor en Venezuela, con el fin de apoyar de manera efectiva (Ojeda y Rodríguez 2011).

Para Isenberg (2010), un ecosistema emprendedor está compuesto por cientos de elementos que, según su papel o función, pueden clasificarse en seis categorías generales:

1. Promover la cultura empresarial.
2. Impulsar y desarrollar políticas para la promoción y el desarrollo de nuevas empresas.
3. Proveer financiamiento apropiado.
4. Contribuir con servicios profesionales e infraestructura al nacimiento y el desarrollo del emprendedor.
5. Formar capital humano y hacerlo apto para iniciar y desarrollar empresas.

6. Probar y adquirir los servicios y productos que los emprendedores desarrollan.

El ENE venezolano ha sido conceptualizado de la siguiente manera: Somos una red de personas, empresas, instituciones y redes comprometida con el fortalecimiento de las oportunidades socioeconómicas de los venezolanos, dispuesta a apoyar a los emprendedores en los retos que se tracen día a día para participar como ciudadanos plenos en la producción, intercambio u oferta de bienes y servicios; tanto en el caso de iniciativas autónomas e individuales, como dentro de las organizaciones para las cuales trabajen (ENE 2011).

Importancia del emprendimiento en la sociedad

En el contexto del mundo globalizado, el estado de desarrollo económico de un país o una región, también puede ser evaluado en función de sus actividades en el área de innovación y creación de empresas. Las innovaciones son un término económico y social, su criterio no se basa en la ciencia o tecnología, más bien en los cambios en el ambiente económico y social, así como en el comportamiento de las personas como consumidores de los productos Drucker (1996).

La economía no se detiene, su práctica resulta incesante, además evoluciona de manera constante; dentro de la evolución de las actividades económicas van surgiendo nuevas ideas, modalidades, conceptos y figuras que se incorporan a las prácticas tradicionales para generar riqueza, bienestar, y así contribuir, de forma directa o indirecta, al desarrollo económico y social de los estados.

Precisamente dentro de esas nuevas figuras productivas ubicamos al “emprendimiento”, que se trata de una nueva modalidad productiva insertada dentro del derecho fundamental a la libertad económica o la libertad de empresa, que comparte las características de libertad, productividad, flexibilidad, informalidad, innovación y sostenibilidad. Actualmente esta figura empresarial emergente se encuentra en estudio, revisión e incorporación normativa en diferentes lugares del planeta, por su aparición espontánea y por su definitiva potencialidad para desarrollar procesos productivos que, sumados a las actividades económicas tradicionales, pueden contribuir a la generación de empleo y al desarrollo de las economías nacionales.

Cabe destacar que, en el contexto de la realidad venezolana, el emprendimiento se ha manifestado con significativa fuerza en la última década, motivado en muchos casos por los evidentes problemas económicos del país y en respuesta a las necesidades humanas tendientes a la obtención de ingresos económicos que les permitan a las personas contar con recursos suficientes para garantizar una vida digna. Frente a esta realidad, en los últimos años, se han implementado normas, organizaciones y reglamentación de apoyo y estímulo al emprendedor para tratar de proteger las actividades productivas que desarrollan y, al mismo tiempo, para fomentar el surgimiento de nuevos emprendimientos.

Emprendimiento en Venezuela

Krasner (2015), expresó que Venezuela registra una de las mayores tasas de emprendimiento, con un registro de más de 2 millones y medio de emprendimientos, y yendo en alza, y afirmó que “el emprendimiento es un modelo de empresa seria, y en ese sentido debe cumplir estrategias financieras, comunicacionales y económicas”

Con respecto a esto, Bittán (2014), aclara que en cuanto a las promociones para darse a conocer a la empresa y al personal que la maneja, existen muchos medios, cada uno de ellos adecuado al tipo de actividad a realizar y en el medio donde se desenvuelve. Cualquier medio que se escoja, podrá dar a conocer los intereses que tienen la empresa con la sociedad, la información personal y sus ideas. Y es que precisamente las políticas del emprendimiento deben ser claras, en lo que respecta a su misión y visión, esto a fin de poder desarrollar el emprendimiento con éxito.

Bittán (2014), también manifiesta que la gerencia empresarial tiene que ser llena de liderazgo, pues de allí asegurará el impulso que llevará a la empresa a tener un buen manejo y éxitos. La calidad y el buen manejo de las buenas inversiones dejarán buenos resultados, excelentes productos y dará una confianza al cliente. Pero no solo basta con un buen manejo de finanzas e inversiones en el negocio, también debe existir constancia en los trámites de su creación y futuro crecimiento.

En el país, de acuerdo con un estudio realizado por el IESA en el año 2014, el 83 % de la población desea emprender, pero tan solo un 15,4 % inicia un plan y, de ese porcentaje, únicamente 1,57 % triunfa. Profesionales dedicados al emprendimiento aseguran que la falta de capacitación es el primer causante del fracaso.

Respecto a esto, Krasner (2015), establece que otra de las dificultades que presenta el venezolano al emprender son los tiempos para hacerlo “los obstáculos que se tiene que saltar para iniciarse como empresario y estos dificultan la tarea. En Venezuela se necesita de 6 hasta 9 meses para tener una empresa registrada”.

Para Rodríguez (2014), profesor y coordinador del Centro de Emprendedores del IESA explica que el joven venezolano busca emprender, pero la mayoría de las empresas creadas son micros, no tienen la visión de negocio para ubicar un futuro gerencial. Igualmente asegura que no sólo esto diferencia los nuevos negocios venezolanos de los de otros países de la región, sino también su poco potencial de exportación y el hecho de ser poco innovadores, ya que “muy pocos emprendimientos en Venezuela son dados a la innovación ya que la mayoría de los emprendimientos te dicen que nacen empresas o desarrollan empresas que prácticamente hacen lo mismo”.

Pero, aunque sea riguroso, y tedioso algunas veces, emprender es clave cuando existen los momentos de crisis, esto para abarcar necesidades latentes y que existen en la sociedad, fenómeno que con mucha frecuencia se está dando en nuestro país, el cual según el estudio del Monitor Global del Emprendimiento (MGE), realizado en 2015, ubica a Venezuela en el puesto 12 entre una lista de las 55 naciones con mayor índice de emprendimiento. De igual forma, el MGE aclara que el venezolano tiene una alta motivación a emprender, y Rodríguez afirma: “El venezolano como tal es muy positivo hacia la idea de emprender. Es decir, ve el tema del emprendimiento como una carrera deseable, una carrera muy buena. Eso en otros países no es tan así, en otros países prefieren todavía graduarse, tener una profesión... y después, si acaso emprender”.

Lo que revela que, incluso sin terminar estudios de tercer nivel, jóvenes venezolanos buscan iniciarse en el mundo de los negocios. A pesar de que el venezolano no se forma para emprender, las cualidades del mismo para hacerlo han incrementado en los últimos tiempos.

Auletta (2016), quien es profesora del IESA y experta en el área de emprendimiento, asegura que no se debe pensar en primera instancia emprender para darle salida al proyecto internacionalmente, lo que opina, esto da a entender que regionalmente existen cantidad de oportunidades las cuales se prestan como buenos proyectos.

Para Auletta (2016), los futuros empresarios son claves, ya que “tienen la oportunidad de emprender, y más en los momentos críticos, pero todo dependerá del conocimiento y la capacidad de entrar a mercados donde existan empresas multinacionales, que no puedan cubrir las necesidades por la situación país” Esto recae en que los emprendedores pueden introducir sus productos en un mercado con necesidades, y según la autora, esto no implica que el servicio o producto deba ser barato pero “los productos de nicho artesanales que puedan entrar a competir en precio y calidad tendrán la ventaja con productos tradicionalmente importados”.

Con respecto a esto, Krasner (2015), también asegura que el emprender no es entrar en la economía informal, ya que en el país el verdadero emprendedor tiene que tener una empresa registrada, tiene que cumplir con una serie de pasos desde el punto de vista laboral, en el caso de la informalidad eso no se presenta, lo que representa un reto mayor, ya que lanzarse en las aguas profundas del emprender un nuevo servicio o producto acarrea dedicación y compromiso.

Por otro lado, el último Índice sobre el Emprendimiento Global (Global Entrepreneurship Index) realizado por el Global de Emprendimiento y Desarrollo (GEDI) mostró que para el año 2017 a pesar de los problemas económicos la iniciativa emprendedora individual ha logrado mantenerse en el país. Según el informe, en los países desarrollados, debido a la gran

estabilidad de la economía, las personas carecen de iniciativa para crear su propio negocio. Por el contrario, en los países menos desarrollados, como es el caso de Venezuela, las instituciones son un gran problema para los emprendedores, debido a las políticas económicas y de control que suelen aplicar sus líderes, sin embargo, la iniciativa individual logra que se mantengan los índices de emprendimiento.

De acuerdo a cifras de este informe, Venezuela tiene una innovación del 2 %, índices similares en toda la región y cuyo talón de Aquiles es este factor, pues la gran crítica que Latinoamérica arrastra desde hace varios años es la falta de innovación que hay en los nuevos negocios, los cuales guardan una tendencia hacia trabajos tradicionales o de comida. Pese a ello, se destaca que en el país la oportunidad está en la mejora de factores como la innovación, productividad y capital de riesgo, lo cual se traduciría en cuantiosas sumas de ganancias para la economía nacional.

Por lo expuesto anteriormente, hay que destacar que, en Venezuela y Latinoamérica, existen muchas oportunidades para emprender y para lograrlo, se necesitan de tácticas para desarrollar los proyectos o nuevos emprendimientos, así como también estrategias que permitan dar a conocer y difundir estos nuevos emprendimientos.

Acciones del estado venezolano sobre el emprendimiento en el país

Para el año 2022, el presidente de la República anunció la creación del Servicio Nacional de Emprendimiento, el cual funcionará como un ente de coordinación y articulación de las diferentes iniciativas gubernamentales de emprendimiento. El primer objetivo de este Servicio Nacional de Emprendimiento, es facilitar el acceso al financiamiento gubernamental al

emprendimiento, un segundo objetivo es asistir a los emprendedores a través de la plataforma emprender juntos, la cual ofrece asesoría a los emprendedores registrados en esta plataforma. La política obviamente se sustenta sobre el deber ser que establece la evaluación del GEM, al facilitar acceso a financiamiento, generar promoción del emprendimiento y ofrecer formación para el emprendimiento. Lo importante es conocer si esto va a funcionar más allá del papel. En lo legislativo, se aprobó la Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos, publicada en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.656 de fecha 15/10/2021, la cual persigue incentivar y fomentar el emprendimiento en la micro y pequeña empresa, promover la cultura de emprendimiento e implementar nuevas modalidades de asociación y financiamiento, con miras a fortalecer el ecosistema emprendedor.

En ese sentido, el estado venezolano en aras de fomentar estos procesos emprendedores que contribuyen al desarrollo de la economía nacional, dictó la Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos, con el objeto de contar con un basamento jurídico que permita promover las iniciativas de nuevos emprendimientos, garantizar los emprendimientos en curso y fomentar una cultura emprendedora orientada al aumento y diversificación de la producción de bienes y servicios, el despliegue de innovaciones y su incorporación al desarrollo económico y social de la nación (Gaceta Oficial N° E- 6.656, 2021)

En esta nueva ley se define al emprendimiento, de la siguiente forma: “Emprendimiento: Actividad económica con fines de lucro ejercida por una o más personas, que adquiere personalidad jurídica con la inscripción en el Registro Nacional de Emprendimiento y tiene una duración de hasta dos años”. Mientras que emprendedora o emprendedor, es aquella persona con capacidades para innovar, entendidas estas como las capacidades de generar

bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, sustentable, responsable y efectiva.

Con la entrada en vigor de la citada ley, se pretende incentivar y promover los procesos emprendedores, a través de los siguientes mecanismos: La simplificación de trámites administrativos para la constitución, financiamiento y desarrollo de nuevos emprendimientos; El apoyo desde el gobierno central para nuevos emprendedores; La formación y asesoría financiera, administrativa, jurídica y contable; La asesoría en publicidad y marketing digital; La sistematización del registro de emprendimientos, marcas y pymes; La asistencia para la obtención de licencias y autorizaciones de funcionamiento; La creación de fondos especiales para los nuevos emprendimientos; Créditos y financiamientos especiales; La protección jurídica en la actividad comercial y mercantil, así como en materia de propiedad intelectual y marca; la exoneración de impuestos en casos excepcionales, promover los incentivos o reducciones fiscales de los tributos estatales y municipales; El establecimiento de zonas económicas especiales para actividades comerciales de emprendedores, entre otras ventajas.

Al margen de lo anterior, resulta importante destacar que en la Ley de nuevos emprendimientos se crea el Registro Nacional de Emprendimientos, que consiste en un registro público adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, donde se deberán inscribir de manera obligatoria los nuevos emprendimientos, sus actos y contratos, para contar con personalidad jurídica y gozar del reconocimiento estatal, que le garantizará al emprendedor gozar de los beneficios que el Estado le aporta por esta modalidad de empresas.

Se encontró en la web la plataforma electrónica gubernamental, denominada “Emprender Juntos”, que consiste en un sistema de información

y orientación dirigido a los emprendedores y a sus emprendimientos, conformada por un portal electrónico y una red física de puntos de atención distribuidos en todo el país, según la información que se exhibe; a través de la referida plataforma se brindan espacios para el registro, gestión de financiamiento y la conformación de una red de emprendedores.

Con la entrada en vigor del Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social, se había contemplado que, a través del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, se implementarían programas especiales de estímulo a los proyectos de inversión presentados por emprendedores.

Actualmente, con la Ley de nuevos emprendimientos, se establece como prioridad firme del Estado promover una política de financiamiento dirigido a fortalecer los emprendimientos (Artículo 11 Ley de nuevos Emprendedores) En ese sentido, para el acceso al crédito de los emprendedores ha sido implementado un sistema por el gobierno nacional a través del Banco de Venezuela, quien por medio de su plataforma en línea pone a disposición de los emprendedores un programa de financiamiento y apoyo, denominado “Emprende BDV”.

Se trata de un programa que pretende respaldar a los productores y comerciantes con educación técnica-financiera, estrategias para el impulso de sus marcas, acompañamiento durante el proceso de formalización, así como para el otorgamiento del financiamiento. Para formar parte del referido programa, los emprendedores deberán formalizar su registro a través del portal web: www.emprenderjuntos.gob.ve, e igualmente deben realizar la solicitud mediante el correo electrónico: emprende_bdv@banvenez.com, con

la finalidad de ser contactados por los asesores digitales de negocios, quienes se encargarán de la orientación y seguimiento durante todo el proceso.

Otro punto de vital importancia para la consolidación de las políticas de fomento a la actividad emprendedora, se encuentra contenido en el artículo 19 de la Ley de nuevos emprendimientos, el cual establece que: El órgano rector en materia de emprendimiento pondrá a disposición de las emprendedoras y emprendedores un informe nacional de los permisos que son de cumplimiento obligatorio para los emprendimientos. Los órganos y entes de las Administración Pública establecerán un régimen simplificado y provisional de permisos que permita el funcionamiento de los emprendimientos inscritos en el Registro Nacional de Emprendimientos por un periodo máximo de dos años. Para poner en marcha cualquier empresa en Venezuela, se debe cumplir con una serie de autorizaciones, licencias o permisos, establecidos por el ordenamiento jurídico positivo, dependiendo del producto que se vaya a comercializar o de la actividad que se vaya a realizar.

Sin embargo, por regla general, cada una de las entidades debe contar con: Permiso de bomberos; Permiso de habitabilidad y conformidad de uso; Inscripción militar obligatoria; Conformidad sanitaria de habitabilidad; Permiso sanitario del local; Permiso de manipulación de alimentos (Trabajadores) y Certificado de salud. Además, se requiere contar con la licencia municipal de actividades económicas, cumplir con las inscripciones correspondientes ante los organismos del estado, tales como: IVSS, INCES, FAOV, RNET, entre otros, y además contar con las respectivas solvencias emitidas por los mismos, así como las solvencias por concepto de tributos municipales.

Ahora bien, frente al anterior elenco de autorizaciones, licencias o permisos, quedará por definirse cuáles serán de obligatorio cumplimiento por

parte de los emprendimientos, para su funcionamiento legal, y cuáles no se considerarán obligatorios, eximiendo a los emprendedores de su cumplimiento, sin que se constituya en una infracción jurídica.

En el capítulo V encontramos los deberes y derechos para el desarrollo del emprendedor y emprendedora (Artículo 16).

Los emprendedores y emprendedoras tendrán derecho a:

1. Ejercer actividades económicas derivadas del emprendimiento en todo el territorio nacional y fuera de él.
2. A solicitar financiamiento destinados al desarrollo del emprendimiento mediante procesos sencillos y expeditos.
3. Todo emprendedor y emprendedora tendrá derecho a vender, subastar o dar en garantía el patrimonio de su empresa para el financiamiento de su proyecto.

Los emprendedores y emprendedoras tendrán las siguientes Obligaciones (Artículo 17)

1. Todo emprendedor y emprendedora tiene deber social con el área en donde ejecuta su actividad económica, este deberá contribuir con la comunidad o entes del estado que lo necesiten, como parte de la responsabilidad social ante el consejo comunal, comuna o ámbito donde se desarrolle.
2. Todo emprendedor y emprendedora tiene el deber de legalizar su actividad económica ante las instituciones del estado venezolano y de cumplir con el pago de impuestos.
3. Toda actividad de carácter emprendedora, deberá promover la producción nacional, de calidad y en beneficio de la comunidad, elevando la calidad de lo hecho en Venezuela.

BASES LEGALES

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en el título III Capítulo IV de los Derechos Políticos y del Referendo Popular Sección Primera de los Derechos Políticos, Artículo 70 dice:

Artículo 70:

Son medios de participación y protagonismo del pueblo en ejercicio de su soberanía, en lo político: la elección de cargos públicos, el referendo, la consulta popular, la revocación del mandato, las iniciativas legislativa, constitucional y constituyente, el cabildo abierto y la asamblea de ciudadanos y ciudadanas cuyas decisiones serán de carácter vinculante, entre otros; y en lo social y económico: las instancias de atención ciudadana, la autogestión, la cogestión, las cooperativas en todas sus formas incluyendo las de carácter financiero, las cajas de ahorro, la empresa comunitaria y demás formas asociativas guiadas por los valores de la mutua cooperación y la solidaridad. La ley establecerá las condiciones para el efectivo funcionamiento de los medios de participación previstos en este artículo. Sección Segunda: Del Referendo Popular.

Este postulado constitucional es significativo para los emprendimientos en el país porque promueve la participación y el protagonismo del pueblo en la economía. Este artículo reconoce diversos medios de participación en lo social y económico, incluyendo la autogestión, la cogestión, las cooperativas, las cajas de ahorro, la empresa comunitaria y otras formas asociativas.

La relevancia de este artículo para los emprendedores radica en que fomenta la creación de estructuras económicas basadas en la cooperación y la solidaridad, lo cual puede ser un pilar para el desarrollo de emprendimientos que buscan no solo el beneficio económico individual, sino también el bienestar colectivo y el desarrollo comunitario.

Además, el Artículo 70 establece que la ley debe proporcionar las condiciones para el efectivo funcionamiento de estos medios de participación, lo que implica un marco legal que debe facilitar y no obstaculizar la iniciativa emprendedora. Esto es crucial en un contexto donde los emprendimientos pueden enfrentar desafíos debido a políticas económicas o barreras burocráticas.

También, en el título III Capítulo VII de los Derechos Económicos, Artículo 112 dice:

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.

El Artículo 112 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela es de gran relevancia para los emprendimientos en el país, ya que establece la base legal para la libertad económica y la iniciativa privada. Este artículo garantiza que todas las personas tienen el derecho de dedicarse a la actividad económica de su elección, lo cual es fundamental para cualquier emprendedor que busca iniciar un negocio o proyecto.

La importancia de este artículo radica en su reconocimiento del libre emprendimiento como un motor esencial para el desarrollo económico y la generación de empleo. Al asegurar la libertad de actividad económica, el artículo 112 fomenta la creación de empresas y la competencia, lo que puede conducir a una mayor innovación y diversificación de la economía.

Además, este artículo implica que el Estado debe proporcionar un entorno favorable para los emprendedores, lo que incluye la creación de políticas y regulaciones que apoyen la creación y el crecimiento de nuevas empresas. Esto puede traducirse en programas de asistencia, facilidades de financiamiento, y una legislación que proteja los derechos de los emprendedores y promueva la competencia leal.

En este mismo orden de ideas, en el título VI Capítulo I, Artículo 299 dicta:

Artículo 299:

El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado, conjuntamente con la iniciativa privada, promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para lograr una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática, participativa y de consulta abierta.

Este artículo es fundamental para los emprendimientos en el país, ya que establece las bases del régimen socioeconómico. Este artículo se

fundamenta en principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad.

Su relevancia para los emprendimientos se debe a que el Estado, junto con la iniciativa privada, promueve el desarrollo armónico de la economía nacional con el objetivo de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país. Esto implica un compromiso del Estado para garantizar la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento económico, lo cual es esencial para el éxito de los emprendimientos.

Además, el artículo menciona la importancia de una planificación estratégica democrática participativa y de consulta abierta, lo que sugiere un enfoque inclusivo y colaborativo en el desarrollo económico, permitiendo que los emprendedores participen activamente en la planificación y el crecimiento económico del país.

Es importante reseñar lo establecido en Artículo 308, del mismo Capítulo y Título Constitucional, que dice:

Artículo 308:

El Estado protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo, bajo régimen de propiedad colectiva, con el fin de fortalecer el desarrollo económico del país, sustentándolo en la iniciativa popular. Se asegurará la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno.

Este artículo Constitucional se centra en la protección y promoción de diversas formas de organización económica de menor escala. Según este artículo, el Estado tiene el deber de proteger y fomentar la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo.

Este apoyo estatal es crucial porque se dirige a estructuras económicas que son fundamentales para el desarrollo económico sostenible y la diversificación de la economía. Además, el artículo subraya la importancia de la propiedad colectiva y la iniciativa popular, lo que implica un enfoque de desarrollo económico que es inclusivo y participativo.

El Artículo 308 también asegura que el Estado proporcionará capacitación, asistencia técnica y financiamiento oportuno a estas entidades. Esto significa que los emprendedores pueden contar con un marco de apoyo que no solo protege sus intereses, sino que también les proporciona las herramientas necesarias para crecer y ser competitivos.

En concordancia con estos postulados constitucionales la Ley de Promoción y Protección de Inversiones (1999) en Venezuela tiene como objetivo proporcionar un marco jurídico estable y previsible para las inversiones y los inversionistas, tanto nacionales como extranjeros. Se Presenta un resumen sencillo de los artículos más relevantes:

Artículo 1 (Objeto de la Ley): Establece que la ley busca proveer a las inversiones y a los inversionistas de un marco jurídico seguro, regulando la actuación del Estado frente a las inversiones e inversionistas para lograr el desarrollo nacional.

Artículo 2 (Ámbito de aplicación): Indica que la ley se aplica tanto a las inversiones existentes como a las futuras, así como a los inversionistas en dichas inversiones, pero no a controversias previas a su vigencia.

Artículo 3 (Definiciones): Define términos clave como 'Inversión', que incluye todo activo destinado a la producción de renta, y 'Inversión internacional', que es la inversión controlada por extranjeros.

Estos artículos son esenciales porque definen el alcance y las intenciones de la ley, lo que es crucial para el entorno legal del emprendimiento en Venezuela, ya que proporcionan seguridad y claridad para los inversionistas. La Ley de Promoción y Protección de Inversiones en Venezuela tiene como objetivo principal proporcionar un marco jurídico estable y predecible para las inversiones y los inversionistas, tanto nacionales como extranjeros. Busca garantizar un entorno seguro para el desarrollo de actividades económicas y atraer más inversión al país, lo cual es esencial para el crecimiento y la diversificación económica.

En términos generales, esta ley regula cómo el Estado debe actuar frente a las inversiones y los inversionistas, con el fin de incrementar y diversificar las inversiones de manera que contribuyan al desarrollo nacional. Se aplica tanto a las inversiones ya existentes como a las nuevas, y abarca una amplia gama de activos, incluyendo bienes muebles e inmuebles, derechos de propiedad intelectual, y concesiones para la explotación de recursos naturales, entre otros.

La Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos (2021) es una normativa diseñada para apoyar a los emprendedores y sus proyectos. Se presenta un resumen de los artículos más relevantes:

Artículo 1: Establece el objetivo de la ley, que es promover el desarrollo de nuevos emprendimientos y una cultura emprendedora.

Artículo 2: Define la finalidad de la ley, que incluye el aumento y diversificación de la producción de bienes y servicios, y el despliegue de innovaciones.

Artículo 3: Señala los principios que rigen la ley, como la justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, y desarrollo sostenible.

Artículo 4: Define términos importantes como “emprendimiento” y “emprendedor”, y establece la duración de la inscripción en el Registro Nacional de Emprendimiento.

Artículo 5: Reconoce el derecho de toda persona a participar en la actividad económica a través de emprendimientos.

Artículo 6: Obliga al Estado a adoptar medidas para promover el desarrollo de nuevos emprendimientos, como fomentar el emprendimiento y promover el desarrollo armónico de la economía nacional.

Estos artículos son fundamentales porque establecen las bases para el apoyo y desarrollo de los emprendimientos en Venezuela, buscando un impacto positivo en la economía y la sociedad. Esta ley tiene como objetivo principal promover la creación y desarrollo de nuevos negocios y una cultura emprendedora en el país. La ley busca:

- Aumentar y diversificar la producción de bienes y servicios.
- Fomentar la innovación y su integración en el desarrollo económico y social de la nación.
- Crear un ecosistema favorable para el emprendimiento, con políticas que apoyen a los emprendedores.
- Impulsar la iniciativa emprendedora para la creación y distribución justa de la riqueza.
- Permitir que las personas se dediquen libremente a la actividad económica de su preferencia, dentro de los límites de la Constitución y la ley.

La ley establece un marco jurídico que incentiva el emprendimiento, especialmente en las micro y pequeñas empresas, y promueve nuevas formas de asociación y financiamiento para fortalecer la economía nacional.

En el estado Monagas y el municipio Maturín, existen varias iniciativas y normativas que apoyan y fomentan el emprendimiento, alguna de ellas es:

- 1.- Monagas Emprende:** Es una fundación que impulsa la legalización de emprendimientos en Maturín. Ofrece registros de comercio gratuitos a emprendedores y promueve la formalidad como un elemento fundamental del emprendimiento.
- 2.- Propuesta para la creación de Ley Estatal de Emprendedores:** Emprendedores y el Fondo para el Desarrollo de Emprendimientos (Fondeem) están trabajando en propuestas para una nueva Ley Estatal de Emprendedores, que respaldará las actividades económicas de los pequeños comerciantes en Monagas.
- 3.- Programa Emprender Joven:** Lanzado por el gobernador de Monagas, este programa busca apoyar a la juventud emprendedora del estado,

ofreciendo servicios, capacitación y financiamiento para el desarrollo de sus actividades productivas.

4.- Reformas de ordenanzas municipales: En Maturín, se han promovido reformas de ordenanzas municipales en línea con la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los Estados y Municipios y la Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos.

5.- Ordenanza de emprendimiento en Maturín: Aunque aún no ha sido aprobada, se presentó una ordenanza de emprendimiento que crearía un fondo local para apoyar a los pequeños y medianos emprendedores de la ciudad.

Estas leyes y normativas reflejan un esfuerzo coordinado entre diferentes niveles de gobierno para crear un entorno favorable que permita el crecimiento y la consolidación de los emprendimientos en Monagas y Maturín.

ANTECEDENTES

A continuación, se hace referencia a algunas investigaciones, relacionadas con aspectos socio-económicos de los emprendimientos, las cuales constituyen aportes significativos para el desarrollo de la presente investigación.

Ayala (2022), en su trabajo de pregrado para optar al título de Economista titulado: Análisis del emprendimiento como factor de recuperación del crecimiento económico en Venezuela en el año 2021, tuvo como objetivo analizar el emprendimiento como factor de recuperación del crecimiento económico en Venezuela, así como considerar si la acción gubernamental ha tenido un efecto positivo sobre el emprendimiento. La investigación se realizó

de forma documental, buscando establecer relaciones entre variables y generar recomendaciones para su aplicación práctica, se utilizaron categorías de análisis para revisar los índices de emprendimiento y así dar respuesta a los objetivos de la investigación. Según los resultados obtenidos, se concluye que el emprendimiento no está relacionado con la mejoría de las cifras de PIB, ya que su incremento está explicado en más de un 70 % por la recuperación del sector petrolero.

Atendiendo a estas consideraciones, el estudio antes mencionado, guarda relación con la presente investigación, debido a su aporte sobre la situación económica en el país y como el emprendimiento ha influenciado el desarrollo de la misma; además de establecer el papel del estado venezolano en el contexto de emprendimiento.

Fontaines et al. (2016) en su artículo científico intitulado: Actitud emprendedora: ¿qué es? ¿de qué se compone?, tienen como propósito identificar cómo se constituye la actitud emprendedora en estudiantes universitarios. La investigación fue de tipo descriptiva, trabajaron con 1072 estudiantes universitarios, aplicando un cuestionario de actitud emprendedora, configurado como una escala de actitud con formato tipo Likert con 25 reactivos y un patrón de respuesta que iba de total acuerdo a total desacuerdo. Se concluyó que la actitud emprendedora es el resultado de la interconexión sistémica de cinco factores que son: sentido crítico de la responsabilidad, motivación al logro, autoeficacia para la construcción del trabajo, resiliencia en el cumplimiento de las metas y percepción de las oportunidades de negocio. Demostrando que el análisis estuvo vinculado a aspectos eminentemente psicosociales los cuales son responsables de la activación en el individuo de sus recursos humanos para ponerlos al servicio de nuevas opciones de negocio que contribuyan a su crecimiento individual y al mismo tiempo, lo

hagan sentirse parte activa del proceso productivo del entorno donde se encuentra.

Con relación a lo antes expuesto, dicha investigación servirá de orientación a este trabajo como base para explicar conceptos teóricos orientados a la actitud emprendedora, lo cual nos sirve para comprender y explicar lo que lleva a un individuo a tomar esta iniciativa.

De igual manera, Ramírez (2014), desarrolló una investigación para obtener el grado académico de Magíster Scientiarum Ciencias Administrativas, Mención: Gerencia General denominado “Perfil de competencias para emprender en Venezuela: caso de estudio en el Municipio Sucre, Estado Sucre”, cuyo objetivo general fue: establecer un perfil de competencias para emprender en Venezuela: caso de estudio en el municipio Sucre, estado Sucre. El estudio es descriptivo y de campo, seleccionando muestra intencional y homogénea de 80 individuos que realizan una actividad empresarial en los centros comerciales Marina Plaza, Cumaná Plaza y establecimientos comerciales ubicados en la avenida Bermúdez y Mariño de la ciudad de Cumaná estado Sucre y utilizó como instrumento para la recolección de los datos la aplicación de un cuestionario.

A los datos obtenidos se les aplicó un análisis estadístico descriptivo, con la que se obtuvo un perfil de las empresas; a su vez se utilizó un análisis de componentes principales, de la cual se obtuvo el perfil de competencias para emprender, dicho perfil se confirmó a través del gráfico de sedimentación y luego por el análisis de conglomerados. Pudiendo concluir que los emprendimientos son una base importante para el fortalecimiento económico. A través de ellos, cuando son exitosos, generan empleo, se obtienen mayores

dividendos, por lo tanto, mejora la calidad de vida de la sociedad y es una herramienta primordial para el desarrollo de un país.

El trabajo antes descrito, orienta a esta investigación, a conocer como el emprendimiento impacta de manera socioeconómica al lugar donde esta actividad se desarrolle, guardando gran similitud con la investigación a desarrollar y a su vez siendo base teórica y comparativa para esta.

Por último, Álvaro; Mendiri y Paz (2003), en el trabajo de grado titulado: Relación entre el perfil de los emprendedores venezolanos en edades comprendidas entre 18 y 42 años y el éxito de sus empresas, que tuvo como objetivo establecer la relación entre el perfil de emprendedores venezolanos con el éxito de sus empresas. Para llevar a cabo dicha investigación se recabaron datos de fuentes secundarias y primarias por métodos no probabilísticos. Posteriormente se aplicó un cuestionario a la muestra seleccionada formada por 18 emprendedores voluntarios comprendidos entre 18 y 42 años de edad. Dicho cuestionario constaba de dos partes, la primera estaba orientada al estudio de la variable del perfil del emprendedor y la segunda investigaba aspectos sobre el desarrollo de la empresa de cada persona de la muestra. Después de haber tabulado los datos correspondientes al cuestionario se aplicó el método estadístico Pearson, para establecer la relación existente entre las variables perfil y éxito.

METODOLOGÍA

El presente Trabajo Especial de Grado modalidad Cursos Especiales de Grado, el cual tuvo una duración de seis meses y cuya metodología utilizada para dar cumplimiento a los objetivos planteados se describe a continuación:

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se optó por utilizar el método de investigación mixto, es decir cualitativo y cuantitativo; debido a que se analizaron aspectos de índole social (datos demográficos y educativos) y económico (ingresos promedio mensual, egresos promedio mensual, utilidad promedio mensual, costos promedio mensual), además de explorar y describir el entorno que rodea el área de estudio de forma general; con los datos obtenidos a través de las preguntas aplicadas y relevantes al tema de estudio.

El enfoque cualitativo es aquel que está orientado a proveer un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas, a través del investigador que es el encargado de la recolección de datos. Para comprender conceptos, opiniones y experiencias personales de la población objeto de estudio, comúnmente a través de entrevistas, estudios de casos, encuestas de preguntas abiertas, entre otras.

Por otra parte, el enfoque cuantitativo basa sus instrumentos de investigación en la recolección de datos estandarizados, siendo así uniforme su análisis, todos los datos se obtienen a través de documentación de mediciones, observación y medición; las preguntas en estos casos son de respuestas predeterminadas.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según el método que se aplicó, se trató de una investigación de campo, ya que la información se obtuvo directamente de los sujetos bajo estudio, como son los emprendimientos del área de alimentos ubicados en el sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín del estado Monagas, lo que concuerda con Ramírez (2007): “la investigación de campo permite indagar in situ los efectos de la interrelación entre diferentes tipos de variables”, lo cual corresponde con la forma de obtener la información directamente de los sujetos en su contexto.

NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo al propósito del estudio, éste se enmarcó en el nivel descriptivo, debido a que se realizó en función a describir un análisis inicial para saber cuál es la situación actual de los emprendimientos del área de alimentos ubicados en el sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín del estado Monagas. Lo que concuerda con lo recomendado según Tamayo y Tamayo (1998) “aquel en donde se aspira describir de modo sistemático las características de una situación, estudio que no pretende probar hipótesis”.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Para el estudio se consideró como población a todos los emprendimientos del área de alimentos que estuvieran formalmente inscritos en el Registro Nacional de Emprendimiento y ubicados en la avenida principal

(desde la entrada de Farmatodo hasta el cruce con los Samanes) del sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín del estado Monagas, siendo un total de cinco (05) emprendimientos, los cuales fueron observados, contabilizados y entrevistados durante la investigación. Según Ramírez (2007) define la población como “el número total de elementos a los cuales se generalizan los resultados”.

Muestra

Se tomó como muestra la misma población, debido a que por ser pequeña y de fácil manejo se examinará a la totalidad de los emprendimientos del área de alimentos que estuvieran formalmente inscritos en el Registro Nacional de Emprendimiento y ubicados en la avenida principal (desde la entrada de Farmatodo hasta el cruce con los Samanes) del sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín del estado Monagas. Según lo recomendado por Castro (2003), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra"

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para llevar a cabo la recolección de los datos en esta investigación se optó por las siguientes técnicas e instrumentos:

- Entrevistas, fueron aplicadas de manera presencial a los propietarios de los emprendimientos del área de alimentos ubicados en la avenida principal del sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín del estado Monagas. Para la cual se utilizó como instrumento una grabadora este dispositivo de grabación registro las respuestas de los entrevistados, una vez que los mismos culminaron el cuestionario,

con la intención de conocer más a fondo y de manera descriptiva aspectos relacionados con sus respuestas del cuestionario.

- Encuestas, estas se entregaron de forma física y fueron respondidas por los propietarios de los emprendimientos ubicados en el área de estudio. Se utilizó como instrumento un cuestionario conformado por un formulario de 45 preguntas cerradas, divididas en cinco secciones, para determinar la situación de los emprendimientos del área de alimentos ubicados en el sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín del estado Monagas, cabe recalcar que este se aplicó de forma presencial y se procesó la información obtenida a través de la herramienta Ofimática Microsoft Office Excel (Apéndice 1).

Según lo recomendado por Arias (2023) Las técnicas, son procedimientos o métodos específicos que permiten la recolección de datos a través de instrumentos o herramientas, cabe recalcar que, el investigador es la persona idónea para identificar la técnica más adecuada que conlleve a cumplir los objetivos y alcance de investigación. Mientras que los instrumentos, son aquellos que en su aplicación hacen posible que las técnicas de investigación recopilen los datos, se diseñan con anterioridad y se tiene en cuenta principalmente las variables de estudio con la finalidad de recopilar datos válidos y confiables a un número específico denominado población o muestra, los mismos deben tener coherencia con las técnicas de investigación establecidas con anterioridad (Arispe *et al.* 2020).

RECOPIACIÓN DE DATOS DEMOGRÁFICOS, EDUCATIVOS Y ECONÓMICOS DE LOS PROPIETARIOS DE EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.

Para la recopilación de los datos demográficos, educativos y económicos se aplicó la primera parte del cuestionario (figura 1, apéndice) a los propietarios de los emprendimientos. Posteriormente, con ayuda de una grabadora, se realizó una entrevista personalizada que permitió conocer a profundidad aspectos relevantes (edad, sexo, nacionalidad, residencia, nivel educativo, ingresos mensuales y deudas) y que sirvieron de base para describir y explicar las respuestas obtenidas por los dueños de los emprendimientos en el cuestionario.

Se obtuvieron las frecuencias absolutas y relativas obtenidas en la parte I de los cuestionarios y se expresaron en graficas utilizando Microsoft Excel 2019, para finalizar, se realizó un análisis descriptivo de los gráficos en conjunto con los datos arrojados por la entrevista.

EXPLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING UTILIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES PARA DAR A CONOCER SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.

Para la explicación de las estrategias de marketing utilizadas por los emprendimientos para dar a conocer sus productos y/o servicios se aplicó la segunda parte del cuestionario (figura 1, apéndice) a los propietarios de los emprendimientos. Posteriormente, con ayuda de una grabadora, se realizó una entrevista personalizada que permitió conocer a profundidad aspectos relevantes (presupuestos asignado para el marketing, canales que utilizan para dar a conocer sus productos, frecuencia y tipo de publicidad) y sirvieron

de base para describir y explicar las respuestas obtenidas por los dueños de los emprendimientos en el cuestionario.

Se obtuvieron las frecuencias absolutas y relativas obtenidas en la parte II de los cuestionarios y se expresaron en graficas utilizando Microsoft Excel 2019, para finalizar, se realizó un análisis descriptivo de los gráficos en conjunto con los datos arrojados por la entrevista.

ESTIMACIÓN DE ASPECTOS MICROECONÓMICOS (INGRESOS MENSUALES PROMEDIO, EGRESOS MENSUALES PROMEDIO, UTILIDAD MENSUAL PROMEDIO, COSTOS MENSUALES PROMEDIOS, ETC) DE LOS EMPRENDIMIENTOS.

Para la estimación de aspectos microeconómicos de los emprendimientos se aplicó la tercera parte del cuestionario (Figura 1, apéndice) a los propietarios de los emprendimientos. Posteriormente, con ayuda de una grabadora, se realizó una entrevista personalizada que permitió conocer a profundidad aspectos relevantes (Ingresos mensuales, egresos, utilidad y costos) y sirvieron de base para describir y explicar las respuestas obtenidas por los dueños del emprendimiento en el cuestionario.

Se obtuvieron las frecuencias absolutas y relativas obtenidas en la parte III de los cuestionarios y se expresaron en graficas utilizando Microsoft Excel 2019, para finalizar, se realizó un análisis descriptivo de los gráficos en conjunto con los datos arrojados por la entrevista.

IDENTIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE ASPECTOS LEGALES/NORMATIVOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL SECTOR.

Para la identificación del cumplimiento de aspectos legales/normativos de los emprendimientos establecidos en el sector se aplicó la cuarta parte del cuestionario (Figura 1, apéndice) a los propietarios de los emprendimientos. Posteriormente, con ayuda de una grabadora, se realizó una entrevista personalizada que permitió conocer a profundidad aspectos relevantes (Documento de registro, permisos sanitarios y cumplimiento de las normas laborales) y sirvieron de base para describir y explicar las respuestas obtenidas por los dueños de los emprendimientos en el cuestionario.

Se obtuvieron las frecuencias absolutas y relativas obtenidas en la parte IV de los cuestionarios y se expresaron en graficas utilizando Microsoft Excel 2019, para finalizar, se realizó un análisis descriptivo de los gráficos en conjunto con los datos arrojados por la entrevista.

ESTABLECIMIENTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.

Para establecer las características descriptivas de los emprendimientos en el área de alimentos ubicados en la zona se aplicó la quinta parte del cuestionario a los propietarios de los emprendimientos. Posteriormente, con ayuda de una grabadora, se realizó una entrevista personalizada que permitió conocer a profundidad aspectos relevantes (Tiempo de operatividad del establecimiento, tipo de clientes, competencia en el sector y financiamientos)

y servir de base para describir y explicar las respuestas obtenidas por los dueños de los emprendimientos en el cuestionario.

Se obtuvieron las frecuencias absolutas y relativas obtenidas en la parte V de los cuestionarios y se expresarán en graficas utilizando Microsoft Excel 2019, para finalizar, se realizará un análisis descriptivo de los gráficos en conjunto con los datos arrojados por la entrevista.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en esta investigación de acuerdo a los objetivos planteados, dando respuesta a los mismo y una comprensión más sólida del fenómeno estudiado.

DATOS DEMOGRÁFICOS, EDUCATIVOS Y ECONÓMICOS DE LOS PROPIETARIOS DE EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.

Edad y género

Para el contraste entre la edad y género de los dueños de emprendimientos ubicados en la Zona Industrial se muestra en la figura 1 los resultados obtenidos, se comparó entre varios rangos de edad (menos de 25 años, de 26 a 35 años, de 36 a 45 años y más de 45 años) y luego entre su género (femenino o masculino).

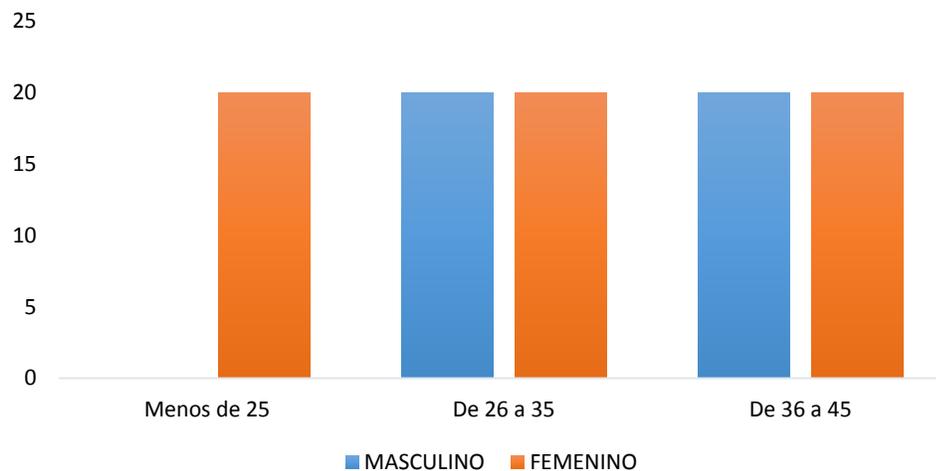


Figura 1. Representación gráfica de la relación entre la edad y género de los emprendedores.

Como se observa en la figura 1, se analiza a los emprendedores según su edad y género, obteniendo como resultado para una edad de menos de 25 años un porcentaje del 20 % y predominó el género femenino con un 20 %, para las edades comprendidas entre 26 a 35 años el porcentaje fue del 40 % y estuvo dividido según su género en un 20 % masculino y un 20 % femenino, y para las edades comprendidas entre 36 a 45 años se obtuvo un porcentaje del 40 % y se divide según su género de igual forma para ambos generos con un 20 %. Este resultado y la entrevista previa, nos lleva a analizar que los emprendedores de la Zona Industrial son adultos jóvenes del género femenino, lo cual coincide con el informe del Monitor Global de Emprendimiento (GEM) en Venezuela para el año 2022-2023 donde se detalla que los emprendedores con rangos de edad entre 35 y 44 años son los que más han aumentado "El total de emprendedores en 2023 se distribuyen por edad siendo el segmento de entre 35 y 44 años el más grande, con un 47 %, seguido por el segmento de los emprendedores de entre 18 y 34 años, con un 39 %".

En el informe del GEM, se aclara que, al analizar la diferenciación de los emprendedores por género, los estudios demuestran que los hombres suelen tener ligeramente mayores intenciones de emprender que las mujeres con un porcentaje de 57 % hombres frente a 43 % mujeres. Lo que difiere con los resultados obtenidos en esta investigación donde el género femenino es predominante con un 60 % frente a un 40 % del género masculino, pero concuerda con Lizcano (2017) que en su trabajo de grado titulado "La actividad emprendedora en el contexto venezolano a nivel del área metropolitana de Caracas", al analizar sus resultados demuestra que el género femenino prevalece con un 58 % en comparación al género masculino con un 42 %, este destaca que las mujeres venezolanas no solo buscan generar ingresos, sino también alcanzar un mayor equilibrio entre sus responsabilidades laborales y familiares, algo que el empleo tradicional a menudo no permite.

Nacionalidad del emprendedor y lugar de residencia

En la figura 2, se presenta el contraste entre la nacionalidad y lugar de residencia de los dueños de emprendimientos encuestados.

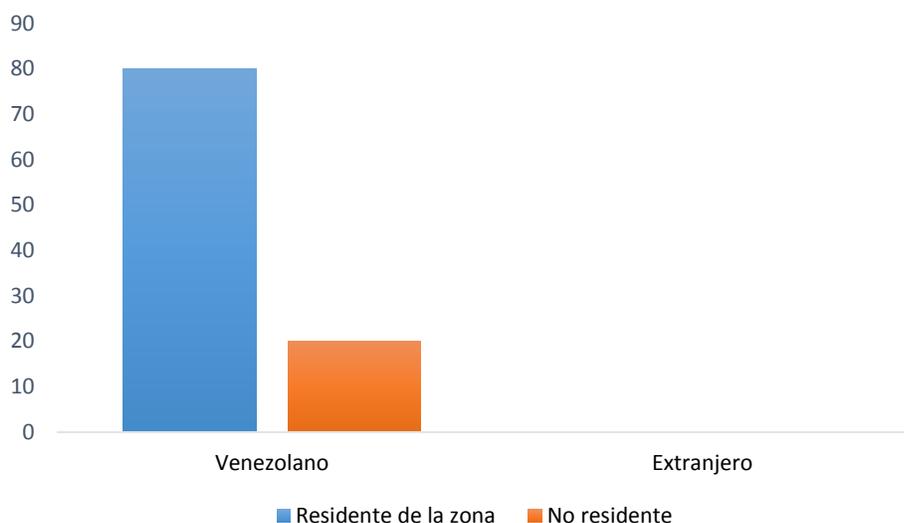


Figura 2. Representación gráfica de la relación entre la nacionalidad del emprendedor y su lugar de residencia.

De acuerdo con la figura 2, el lugar de residencia de los emprendedores encuestados detalla que un 80 % vive en la Zona Industrial, el otro 20 % sólo tiene su establecimiento en el sector, y en su totalidad el 100 % de los encuestados son de nacionalidad venezolana. Esta muestra nos indica que todos los emprendedores del sector son venezolanos y en su mayoría residen en la localidad, en la entrevista se conoció que esto se debe a varias razones en la que destacaron que, los emprendedores decidieron desarrollar sus actividades económicas en el mismo sector en el que residen debido a las comodidades para trasladarse, a que algunos comenzaron sus emprendimientos desde casa y conocen el mercado, captaron y crearon

fidelización con sus clientes en el sector, además de estar motivados por impulsar y dinamizar la economía local y darle valor a su lugar de residencia.

Nivel educativo y campo de estudio

En la figura 3, se expresan los resultados obtenidos para el contraste entre el nivel educativo y campo de estudio alcanzado por los dueños de emprendimientos.

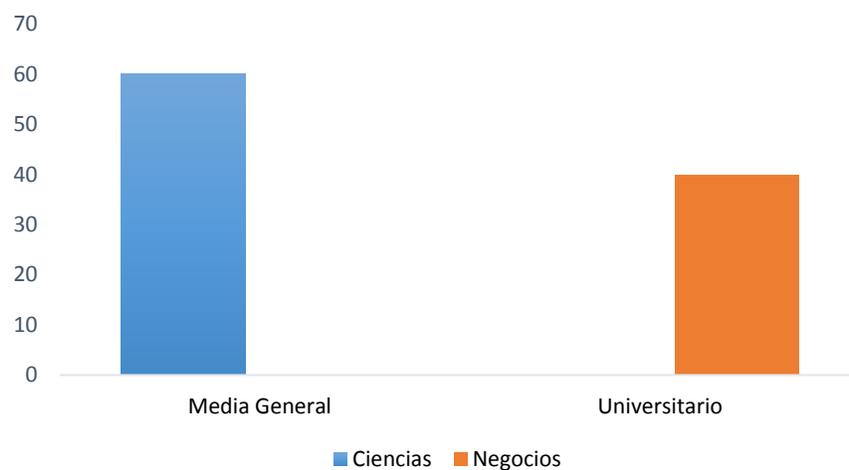


Figura 3. Representación gráfica de la relación entre el nivel educativo y el campo de estudio de los emprendedores.

Con respecto a la figura 3, donde se hace una relación entre el nivel educativo y campo de estudio de los emprendedores, se evidencia que un 60 % de los emprendedores solo alcanzaron estudios de segundo nivel (Bachiller) representando al campo de estudios de ciencias con un porcentaje igual del 60 %, mientras que el otro 40 % alcanzo estudios de tercer nivel (Universitario) estando dividido en un 20 % en el área de ciencias y el otro 20 % en el área de negocios, lo cual nos define que los emprendedores de la Zona industrial solo alcanzaron estudios de segundo nivel (Bachillerato) esto se puede deber a que muchos iniciaron su actividad emprendedora desde edades tempranas

como se evidencia en la figura 1. Lo cual los hizo dejar a un lado sus estudios de tercer nivel (Universitarios) esto se pudo conocer con la entrevista que se realizó donde en su mayoría expresaban que no culminaron sus estudios de tercer nivel debido a la crisis se vieron obligados a integrarse al campo laboral. Esto concuerda con lo discutido en el Informe del Monitor Global de Emprendimiento para el año 2022-2023 en Venezuela, En 2023, los emprendedores con niveles de estudio de secundaria o superior, tienen una participación superior (entre 68 % y 74 %) al año anterior (entre 63 % y 69 %), lo cual podría deberse al incremento experimentado en la actividad emprendedora.

Ingresos personales mensuales

Para entender mejor la situación económica de los emprendedores se presenta la figura 4, donde se conoce sus ingresos mensuales.

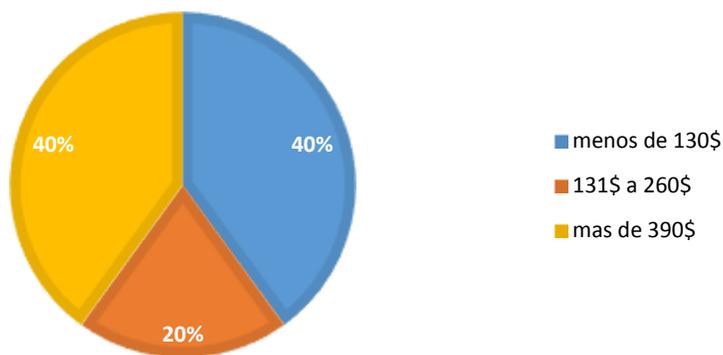


Figura 4. Representación gráfica de los ingresos personales mensuales del emprendedor.

Según los datos obtenidos y como se observa en el grafico 4 los ingresos personales mensuales de los emprendedores varían, dando como resultado para el rango de "menos de 130 \$" un porcentaje del 40 % siendo el mismo

porcentaje para el rango de "más de 390 \$" y para el rango de "131 \$ a 260 \$" el de menor porcentaje con un 20 %. En el estudio de Ayala en el año 2022, que título "Análisis del emprendimiento como factor de recuperación del crecimiento económico en Venezuela en el año 2021", analiza que a pesar de que existe una recuperación de los niveles de ingreso, liderado por la elevación de los salarios en el sector privado. Aún el desempleo es muy alto, la participación de la población económicamente activa es muy baja, apenas superando el 50 %. El salario promedio del sector privado se situó para finales del 2021 en 116 USD, todavía hacen falta más de 3 salarios para cubrir la canasta básica, que se encuentra en 380 USD. Esto señala, que, aunque ha habido una recuperación del ingreso laboral, este continúa siendo insuficiente para las necesidades de la población (ENCOVI, 2022).

Esto indica, que la motivación salarial sigue muy vigente, no es probable que las personas se vean motivadas a tomar trabajos formales en el sector público o privado, pues el ingreso que reciben no es suficiente para costear sus necesidades básicas. Lo cual concuerda con lo discutido por los emprendedores encuestados en la Zona Industrial que, aunque un porcentaje tiene ingresos adicionales gracias a puestos de trabajos fijos este ingreso no le es suficiente para cubrir sus necesidades básicas debido a la inflación, y estos buscan en sus emprendimientos la libertad económica que necesitan.

Fuente de financiamiento para su emprendimiento

Los resultados obtenidos para la fuente de financiamiento se muestran en la figura 5, para la cual se obtuvo una tendencia marcada por los ahorros personales.

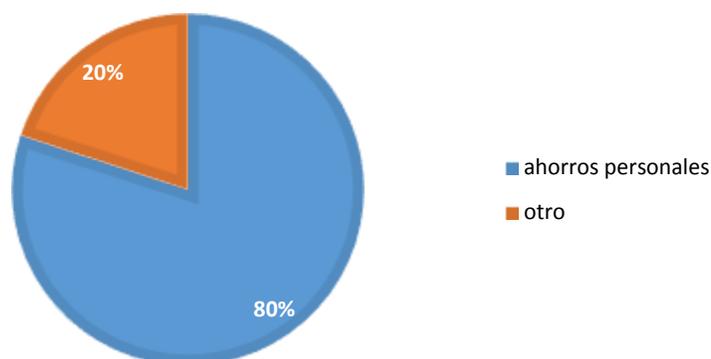


Figura 5. Representación gráfica de las fuentes de financiamiento para los emprendimientos.

Respecto a las fuentes de financiamientos, los resultados obtenidos indicaron que un 80 % son ahorros personales y el otro 20 % son de otras fuentes, como se observa en la figura 5. Los emprendedores del sector para comenzar y mantener sus emprendimientos la mayoría utilizó sus ahorros personales para llevar a cabo su idea de negocio, por medio de la entrevista se conoció que el 20 % que respondió el ítem de otras fuentes de financiamiento, esta fue por medio de familiares los cuales fueron sus prestamistas para comenzar su idea de negocios, esta realidad se compara con los resultados obtenidos por el GEM en su informe del 2022-2023, nos indica que existe un importante reto en Venezuela relacionado con el apoyo financiero para emprender en el país. Las fuentes de financiamiento ajenas a los emprendedores-fundadores de empresas nacientes y en crecimiento son prácticamente nulas, y que tanto los subsidios públicos como el financiamiento a través de la salida a bolsa para empresas nuevas y en crecimientos son extremadamente insatisfactorios, o inexistentes. Según los expertos, el apoyo financiero para los emprendedores en Venezuela recae casi en su totalidad en privados que no son parte de las iniciativas emprendedoras, y son conocidos por los fundadores (amigos, familiares y colegas).

ESTRATEGIAS DE MARKETING UTILIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES PARA DAR A CONOCER SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Canales de marketing para el emprendimiento

En la figura 6 se visualizan los valores obtenidos de los canales de marketing que utiliza el emprendimiento para dar a conocer su producto, marcando una tendencia clara y totalitaria para las redes sociales.

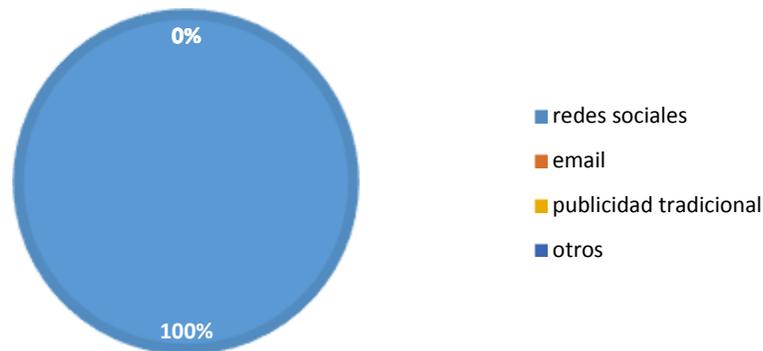


Figura 6. Representación gráfica de los canales de marketing utilizados para el emprendimiento

Actualmente el marketing se ha convertido en el aliado principal de los emprendedores para aumentar sus ventas y dar a conocer sus productos y/o servicios, podemos evidenciar en la figura 6 los canales de marketing utilizados para el emprendimiento dando como resultado un 100 % para las redes sociales, lo que nos indica que los emprendedores de la Zona Industrial dan a conocer sus productos a través de las redes sociales. Según Plaza (2022) en su artículo científico titulado "El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento empresarial", el marketing digital juega un papel importante en la dinámica comercial de un

negocio ya que el cliente puede conocer las ofertas, promociones y nuevos productos, sin necesidad de que tenga que hacer presencia física en un establecimiento o la ayuda del personal de ventas. Las redes sociales dentro del marketing digital permiten mejorar la interacción entre las empresas con los clientes facilitando a los usuarios acceder a productos o servicios que están más cerca de su área geográfica por medio de la segmentación del mercado. Señalan que el marketing es una herramienta que utilizan las empresas a nivel mundial para promocionar un producto o servicio, fortalecer su posicionamiento en el mercado y generar una rentabilidad. El internet y los medios digitales han transformado la realidad del marketing, esto se debe a que el avance tecnológico producido en los últimos años, ha generado cambios en el mercado y en los consumidores.

Presupuesto mensual asignado para marketing

A continuación, en la figura 7 se observa los resultados obtenidos del presupuesto mensual que asignan los emprendedores para el marketing.

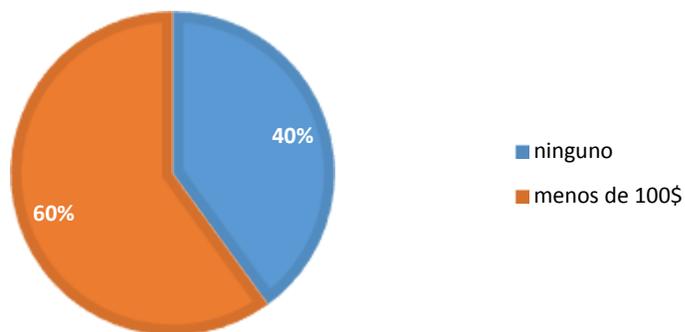


Figura 7. Representación gráfica del presupuesto mensual asignado para marketing.

Esta representación gráfica pone de manifiesto que el presupuesto mensual destinado a las estrategias de marketing de los emprendimientos se

distribuye en un 80 % para la categoría de "menos de \$ 100" y un 40 % para la categoría de "ninguno". Estos datos sugieren que los emprendimientos en la zona industrial asignan un presupuesto limitado a sus iniciativas de marketing. A través de las entrevistas realizadas, se ha evidenciado que son los propios emprendedores quienes se encargan de gestionar y crear su contenido en redes sociales. Esta información se complementa con el gráfico del uso de influencer (ver apéndice 7), que revela que únicamente un 20 % de los encuestados ha utilizado marketing de influencer, mientras que el 80 % restante nunca ha implementado esta estrategia. Además, en la mayoría de los casos, los emprendedores carecen de conocimientos en el manejo de redes sociales y marketing digital, y sus estrategias publicitarias se basan en habilidades básicas en aplicaciones de edición.

Frecuencia y estrategias de las campañas de marketing

Los resultados obtenidos para la frecuencia y estrategias de las campañas de marketing fueron contrastados y se muestran en la figura 8, indicando una frecuencia semanal y como estrategia publicitaria los videos.

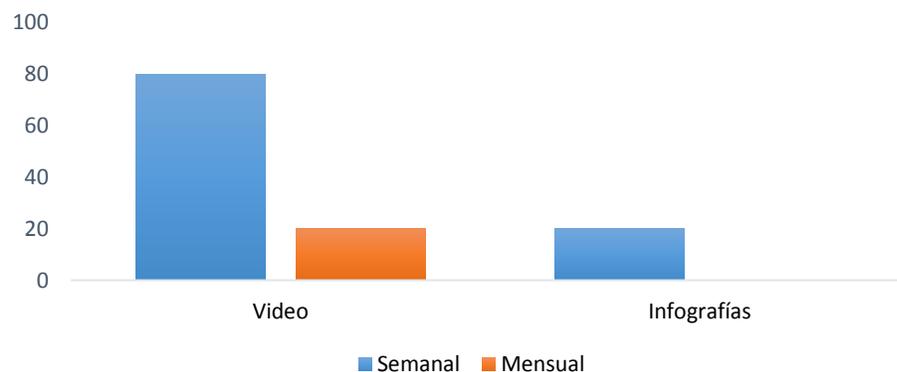


Figura 8. Representación gráfica del contraste entre la frecuencia y la estrategia de las campañas de marketing.

Los datos referentes a la frecuencia de las campañas de marketing y las estrategias de contenido se presentaron en una gráfica, como se ilustra en la Figura 8. Los resultados indicaron que el 60 % de las campañas se llevan a cabo de manera semanal, mientras que el 40 % se realizan mensualmente. Además, se destacó que el 80 % de las estrategias de contenido se basa en la utilización de vídeos, en contraste con solo un 20 % que emplea infografías. Esto sugiere que los emprendedores de la Zona Industrial encuestados optan predominantemente por una frecuencia semanal en sus campañas, utilizando videos publicitarios como su principal estrategia digital.

A través de las entrevistas realizadas, se reveló que las redes sociales son el canal preferido para la promoción de sus productos y servicios, tal como se discutió previamente en la Figura 6. No obstante, los emprendedores también señalaron que WhatsApp es una herramienta clave para sus actividades comerciales, incluyendo ventas, promociones y comunicación directa con sus clientes. Semanalmente, utilizan esta plataforma para publicar sus campañas publicitarias, ya sea mediante videos o infografías, lo que proporciona a sus clientes un medio más dinámico y satisfactorio para realizar sus compras.

Estrategias de precios

En cuanto a las estrategias que usan los emprendedores para sus precios se pueden visualizar sus resultados en la figura 9.

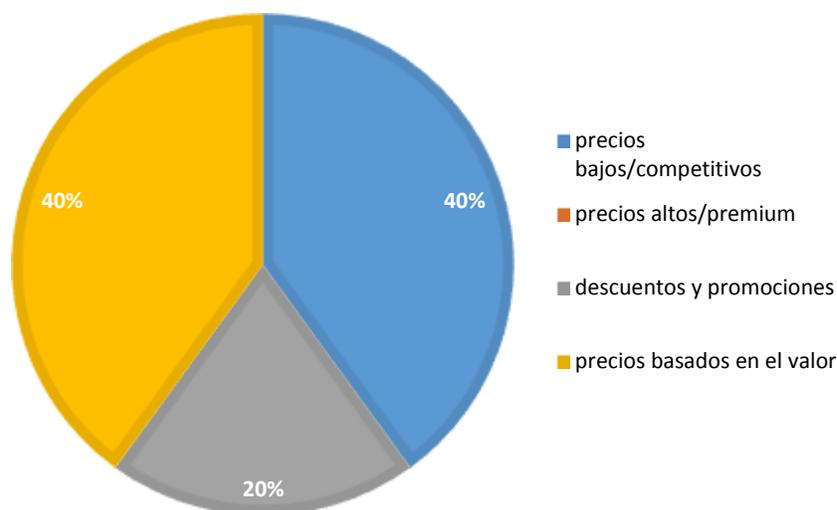


Figura 9. Representación gráfica de las estrategias de precios usadas por los emprendimientos.

Como se ilustra en la Figura 9, los datos referentes a las estrategias de precios empleadas por los emprendedores revelan que un 40 % opta por "precios bajos/competitivos", mientras que otro 40 % utiliza la estrategia de "precios basados en el valor", y solo un 20 % recurre a "descuentos y promociones". Estos hallazgos indican que los emprendimientos de la Zona Industrial implementan diversas estrategias de precios para sus productos.

Durante las entrevistas, esta pregunta generó un notable interés entre los emprendedores, quienes manifestaron que, aunque consideran que sus productos son de alta calidad y fundamentan sus precios en el valor que ofrecen, también es imperativo que sus precios sean competitivos en el mercado para sostener sus niveles de venta y atraer a nuevos clientes. En un entorno caracterizado por una inflación elevada e inestable, es crucial para ellos mantener sus precios y asegurar sus costos operativos con el fin de evitar pérdidas económicas.

Además, expresaron su preocupación por captar la atención de los consumidores a través de descuentos y promociones. Para ello, han desarrollado estrategias de ventas dirigidas a días donde la demanda es baja, ofreciendo servicios como entrega gratuita o promociones en las que, al adquirir ciertos productos, los clientes pueden obtener otros servicios a un precio reducido o sin costo adicional. Los emprendedores enfatizaron la necesidad de idear tácticas innovadoras para mantener y fidelizar a su clientela, así como para atraer a potenciales compradores, lo cual es fundamental para expandir sus ventas y consolidar su posición en el mercado.

ASPECTOS MICROECONÓMICOS (INGRESOS MENSUALES PROMEDIO, EGRESOS MENSUALES PROMEDIO, UTILIDAD MENSUAL PROMEDIO, COSTOS MENSUALES PROMEDIOS, ETC) DE LOS EMPRENDIMIENTOS

Ingresos mensuales estimados del emprendimiento

La figura 10 muestra los resultados obtenidos para los ingresos mensuales estimados que genera el emprendimiento.

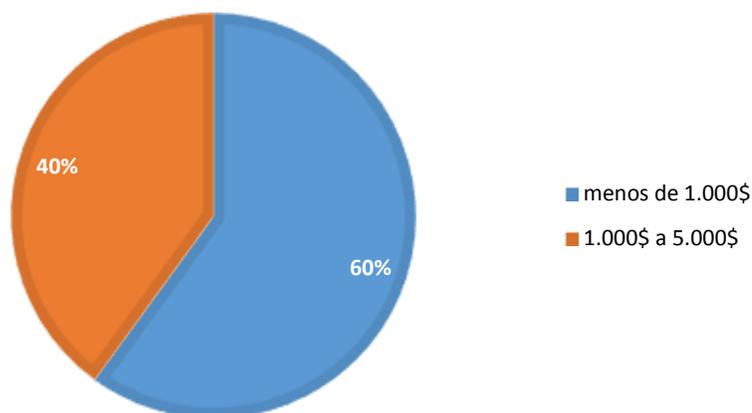


Figura 10. Representación gráfica de los ingresos mensuales estimados del emprendimiento.

Con respecto a la figura 10, nos muestra los resultados para los ingresos mensuales del emprendimiento con un 60 % para un rango de 1.000 \$ a 5.000 \$ y un 40 % para el rango de menos de 1.000 \$, esto nos indica que los emprendimientos del sector tienen en su mayoría un ingreso mensual estimado mayor a los 1.000 \$ siendo un incremento a sus beneficios económicos relativamente estable teniendo en cuenta su tipo de actividad económica, la cantidad de empleados que poseen, sus egresos y que como se observa en la figura 15 en su mayoría están inscrito en el Registro Nacional de Emprendimiento lo cual los exonera por dos años del pago de impuestos.

Este porcentaje en sus ingresos mensuales muestra un leve aumento del flujo económico que se ha visto en el país en cuanto al sector de alimentos, pese a que aún la tasa de inflación es alta se ha visto como desde los dos últimos años los emprendedores han logrado mantenerse y perdurar en el tiempo esto se traduce en una estabilidad económica para ellos y el sector donde realizan sus actividades económicas pudiendo así llevar sus emprendimientos a empresas.

Costos mensuales estimados del emprendimiento

Para los costos mensuales estimados del emprendimiento sus resultados se muestran en la figura 11.

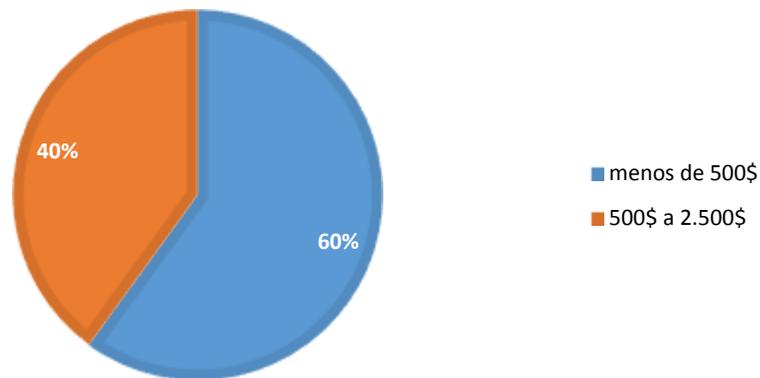


Figura 11. Representación gráfica de los costos mensuales estimados del emprendimiento.

La representación gráfica 11 nos señala el valor de la encuesta para los costos mensuales del emprendimiento, teniendo un 60 % para el rango de 500 \$ a 2.500 \$ y un 40 % para el rango de menos de 500 \$, demostrando que los emprendimientos en el área de alimentos en el sector tienen un estimado de sus costos mensuales mayor a 500 \$ pero que no supera los 2.500 \$, siendo un valor acorde a su producción.

Este resultado se encuentra en total concordancia con los obtenidos en la figura 10 que nos muestra los ingresos, ya que, el porcentaje de los costos mensuales del emprendimiento se encuentra en un rango por debajo a sus ingresos mensuales, lo que se traduce en ganancias para la empresa.

Beneficios netos estimados del emprendimiento.

La gráfica 12 muestra los resultados obtenidos sobre los beneficios netos estimados del emprendimiento. Como se puede observar, los beneficios netos de los emprendimientos en su totalidad marcan el rango menos de 1.000 \$

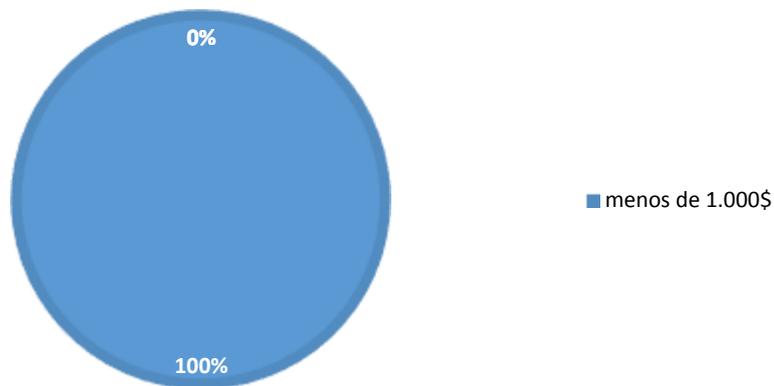


Figura 12. Representación gráfica de los beneficios netos estimados del emprendimiento.

Respecto a la figura 12 nos muestra los resultados de los beneficios netos del emprendimiento marcando una tendencia clara y unánime para el rango de menos de 1.000 \$ con un 100 %. Demostrando que en su totalidad los emprendimientos en el área de alimentos en la zona industrial tienen beneficios netos menor a 1.000 \$ mensuales, lo que marca una total relación entre los resultados obtenidos en este mismo apartado para los ingresos y costos de los emprendimientos mensualmente, estos tres factores microeconómicos de una empresa deben guardar relación para así poder determinar el estado financiero de la misma.

Este porcentaje en sus beneficios netos mensuales es un indicador de la eficiencia con la que los emprendimientos producen sus bienes, son los beneficios que quedan luego de restar los costes asociados a la venta de su producto. Teniendo en cuenta la inestabilidad económica que atraviesa el país y la inflación, la relación entre ingreso, costos y beneficios netos que registran los emprendimientos del sector indica que están encaminados a la rentabilidad y factibilidad de sus productos pudiendo así poder desarrollarse como una empresa productiva a futuro.

Inversiones realizadas mensualmente al emprendimiento

En la gráfica 13 a continuación se presentan los resultados obtenidos para las inversiones realizadas mensualmente al emprendimiento. Se observa un incremento significativo para el rango de 500 \$ a 2.500 \$.

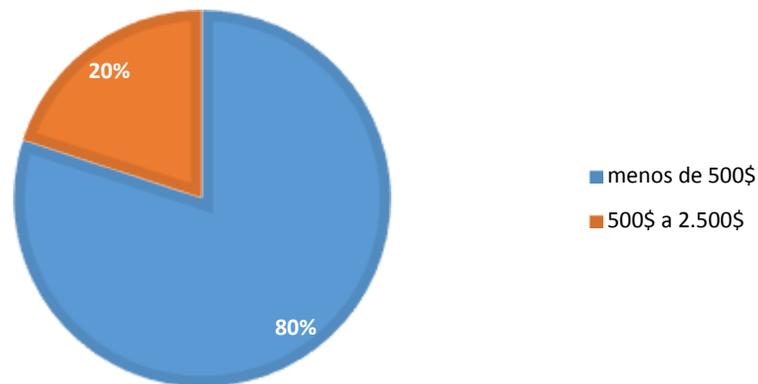


Figura 13. Representación gráfica de las inversiones estimadas realizadas mensualmente al emprendimiento.

La figura 13 nos muestra los valores obtenidos para las inversiones realizadas mensualmente al emprendimiento para la cual se obtuvo un resultado de 80 % para el rango de 500 \$ a 2.500 \$ y un 20 % para el rango de menos de 500 \$. Indicando que mensualmente la mayoría de emprendimientos del sector invierten en sus ideas de negocio entre 500 \$ a 2.500 \$. Durante la entrevista se pudo conocer que la mayoría de los emprendedores aún realizan inversiones constantes para sus emprendimientos debido a que se encuentran en etapa de expansión y crecimiento, pasando de lo artesanal a lo industrial, invirtiendo en maquinarias con mayor capacidad y poder ofrecer un producto de mejor calidad, además de otras inversiones que dan valor a su servicio como medios de transporte para el servicio de delivery y ampliar sus locales para que los clientes disfruten de un lugar más ameno.

Declaración de impuestos al fisco nacional y municipales

Para indicar los valores obtenidos en cuanto a la declaración de impuestos al fisco nacional y municipal se contrastaron sus resultados y se muestran en la figura 14.

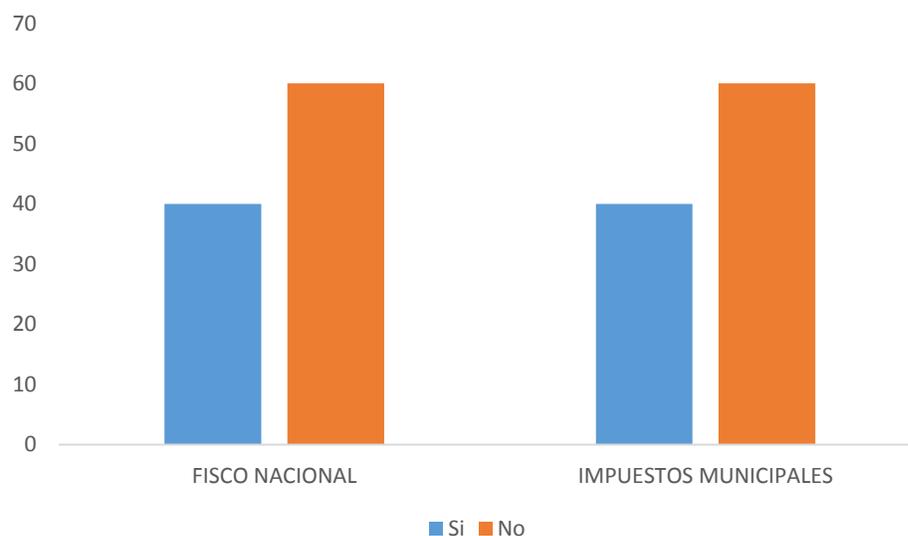


Figura 14. Representación gráfica del contraste entre la declaración de impuestos al fisco nacional e impuestos municipales.

De acuerdo a la figura 14, que muestra el porcentaje de cumplimiento de los impuestos, para el fisco nacional e impuestos municipales ambos tienen el mismo porcentaje de cumplimiento, un 40 % cumple y un 60 % no cumple. Este porcentaje demuestra que los emprendedores del sector en su mayoría no declara ni paga impuestos municipales ni al fisco nacional, esto hace referencia de que aún se encuentran en su periodo de gracia por tener RIF de emprendedor, lo podemos ver en la figura 15, por ende, aun no cumplen con sus obligaciones fiscales.

ASPECTOS LEGALES/NORMATIVOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL SECTOR DE ALIMENTOS.

Documento de registro de los emprendimientos

La figura 15 muestra los resultados obtenidos para conocer si los emprendimientos poseen documento de registro ante las autoridades competente.

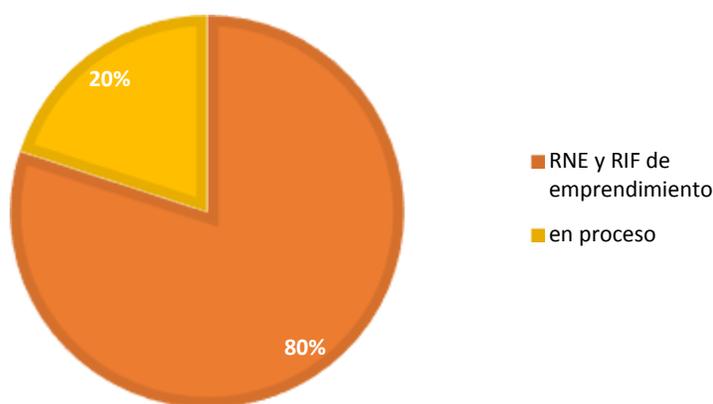


Figura 15. Representación gráfica del documento de registro.

Como se observa en el gráfico 15, el cual corresponde a la formalidad legal del emprendimiento un 80 % tiene Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) y Registro Único de Información Fiscal (RIF) de emprendimiento, y solo un 20 % está en proceso de registro, lo que nos indica que la mayoría de los emprendimientos del sector tienen personalidad jurídica y pertenecen a la economía formal, esto debido a la promulgación de la Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos, publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.656, el 15 de octubre de 2021, con el objetivo de simplificar los trámites legales para los emprendedores, dándole beneficios jurídicos y plazos para los pagos de impuesto, esto incentivando a los pequeños

comerciantes a salir de la informalidad e integrarse a la economía formal para así poder generar impacto económico en el sector donde se desarrollan, ofrecer beneficios a sus empleados y poder establecerse como empresa.

Lo mencionado anteriormente, coincide con los resultados obtenidos por Ramírez (2014) en su trabajo de postgrado titulado “Perfil de competencias para emprender en Venezuela: caso de estudio en el Municipio Sucre, estado Sucre” en donde un 62,5 % de los emprendedores cumple con sus requisitos legales como persona jurídica dentro de la sociedad, mientras que por otra parte un 37,5 % no lo hace.

Permiso de sanitario

A continuación, la figura 16 muestra los resultados obtenidos en cuanto a si los emprendimientos poseen permiso de funcionamiento sanitario.

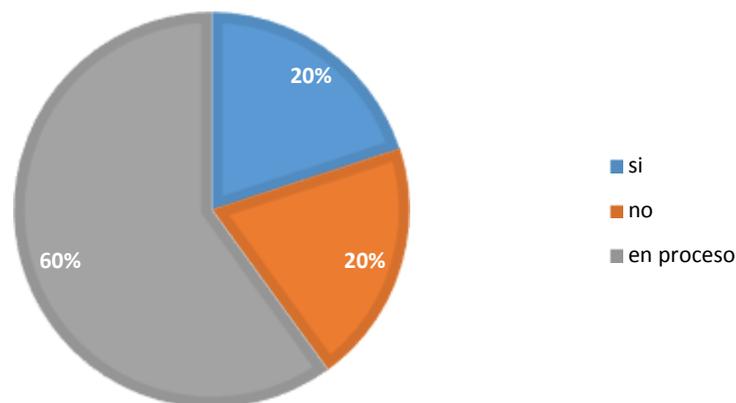


Figura 16. Representación gráfica del permiso de funcionamiento sanitario.

A través de esta grafica se puede observar el porcentaje obtenido con respecto al permiso sanitario, dando como resultado un 60 % que aún está en proceso de obtener el permiso, un 20 % que si tiene el permiso y el otro 20 %

no tiene el permiso. Lo que implica que la mayoría de los emprendimientos de la zona industrial aún está en proceso de obtener el permiso sanitario, emitido por el Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria (SACS), es un ente público adscrito al Ministerio del Poder Popular para la salud (MPPS), encargado de ejecutar y hacer cumplir las normativas sanitarias vigentes en el código sanitario, junto con las medidas sanitarias emanadas por el ejecutivo nacional y por el MPPS. Estas empresas que se encuentran bajo la jurisdicción del SACS, son aquellas que tienen relación con el manejo y venta de alimentos, así como también; aquellas que se dedican a prestar servicios, cuya actividad requiera de ciertas medidas sanitarias para proteger la salud de sus clientes.

Este porcentaje nos indica que, en el estado la gestión de trámite legales es deficiente debido a la corrupción en la gestoría de la obtención papeleos y permisos, a lo cual los dueños de los emprendimientos entrevistados mostraron su disgusto y preocupación en este tema y sobre todo cuando sus establecimientos son dedicados a la venta de alimentos siendo el permiso sanitario de suma importancia no solo para ellos sino también para sus consumidores.

Cumplimiento de las normas laborales

Los resultados obtenidos sobre el cumplimiento de las normas laborales se muestran en la figura 17.

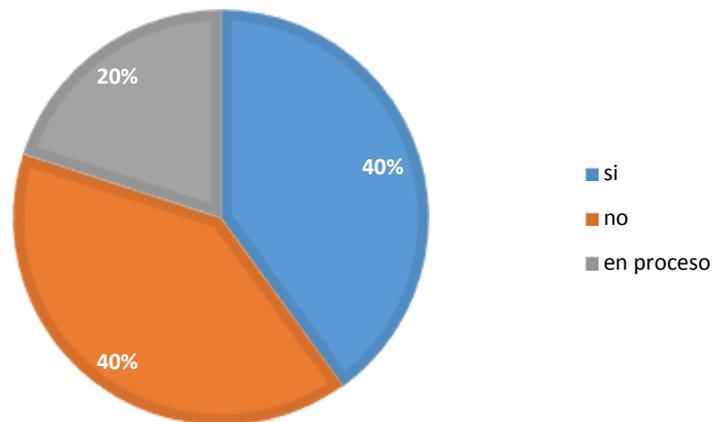


Figura 17. Representación gráfica de las normas laborales.

El gráfico 17 nos muestra el valor obtenido para el cumplimiento de las normas laborales (Contratos de trabajo, Seguridad Social, INCES, BANAVIH), lo cual nos dio como resultado un 40 % para el ítem de si, 40 % para el ítem de no, y un 20 % para el ítem de que se encuentran en proceso. Estos porcentajes no muestran una tendencia marcada para alguna de las variables en específico, esto puede deberse a varios factores entre ellos uno de los más comunes es que los emprendimientos se encuentran constituidos por los miembros de la familia o amigos, por lo tanto, no le dan la formalidad debida, a pesar de que uno de los beneficios que otorga el RIF de emprendedor es la exoneración de la inscripción para las normas laborales.

Los emprendedores del sector deben involucrarse en el cumplimiento de sus normas laborales si están en mira de convertirse en una empresa legalmente constituida, donde ofrezcan y cumplan con los beneficios y obligaciones para sus trabajadores lo que les permitirá captar empleados en el momento de querer ampliar sus emprendimientos.

CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL ÁREA DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA ZONA INDUSTRIAL.

Principal fuente de ingresos

En la actualidad, muchos emprendedores buscan diversificar sus fuentes de ingreso, sin embargo, el emprendimiento suele ser la principal vía de generación de ingresos. La figura 18 muestra la proporción de personas que dependen de sus emprendimientos como su principal fuente de ingresos.

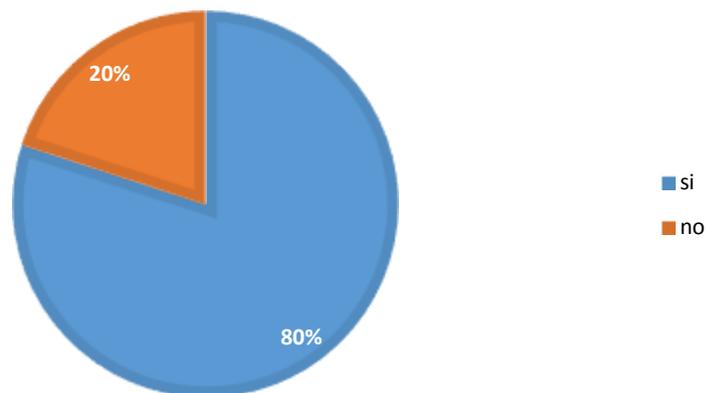


Figura 18. Representación gráfica de la fuente de ingresos.

En relación con la figura 18, se presentan los resultados obtenidos respecto a si el emprendimiento constituye la principal fuente de ingresos para los emprendedores encuestados. Los datos revelan que un 80 % de los participantes afirmaron que su emprendimiento es su principal fuente de ingresos, mientras que únicamente un 20 % indicó que no lo es. Esto sugiere que, la mayoría de los emprendedores del sector en el área de alimentos dependen de sus iniciativas empresariales como su principal sustento económico.

En el contexto venezolano, la situación laboral se ve marcada por una baja probabilidad de encontrar empleo formal, y aquellos puestos que están disponibles suelen ofrecer ingresos básicos que son extremadamente reducidos. Esta realidad económica provoca que el trabajo formal no se considere un incentivo atractivo para mantener la empleabilidad. En consecuencia, el autoempleo se ha convertido en una alternativa viable que permite la creación de emprendimientos, siendo adoptada por un número significativo de personas ante la actual crisis. Además, es común que muchos individuos opten por conservar su empleo formal mientras inician algún tipo de emprendimiento con el objetivo de complementar sus ingresos. Esta tendencia refleja una adaptabilidad y búsqueda de soluciones ante un entorno económico adverso.

Los datos de la encuesta ENCOVI, publicados en 2022, dan cuenta de un incremento en el empleo por cuenta propia, pasando de un 37,5 % en 2017 a un 49,4 % en 2021 (Lujan, 2022). Para Aramis Ramírez del Centro de Emprendedores del IESA, existe una correlación inversa entre el crecimiento del PIB y el emprendimiento por necesidad, cuando el PIB cae, aumenta el desempleo y se incrementa el emprendimiento informal por necesidad (Lujan, 2022). Entonces podemos afirmar que en Venezuela el emprendimiento ha ido en aumento a lo largo de la crisis. Sin embargo, no podemos afirmar que toda la actividad emprendedora es por necesidad, y responde a una situación de bajos salarios y pocas oportunidades de empleo.

Clientes del emprendimiento

La gráfica 19 presenta la distribución de los tipos de clientes que atienden los emprendimientos.

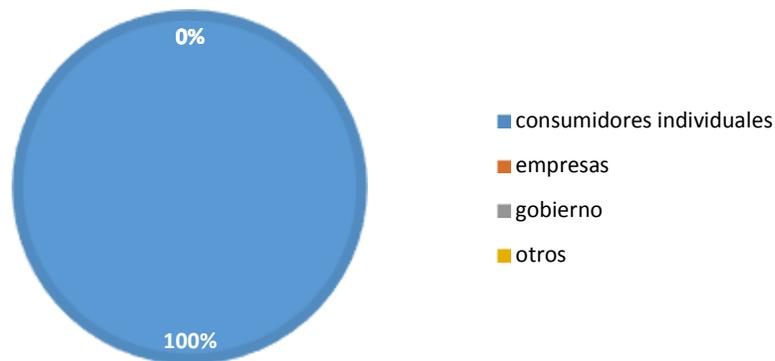


Figura 19. Representación gráfica de los tipos de clientes.

Respecto a la figura 19, esta nos muestra los resultados obtenidos para el tipo de cliente del emprendimiento, la cual marca una tendencia para los consumidores individuales con un 100 %, lo que evidencia que en su totalidad los tipos de consumidores de los emprendimientos en la zona industrial son consumidores individuales, esto caracterizado por la locación donde se desarrolla la actividad económica, en este sentido el sector es un área residencial con una afluencia de urbanizaciones y residencias por lo cual la naturaleza de sus consumidores.

Financiamiento para el emprendimiento

La gráfica 20 a continuación ilustra los resultados obtenidos de la encuesta para conocer si han buscado fuentes de financiamiento para sus emprendimientos.

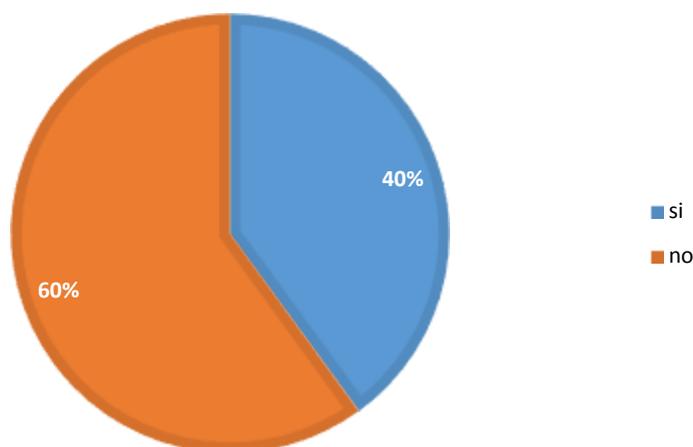


Figura 20. Representación gráfica de si ha buscado fuentes de financiamiento.

La figura 20 muestra los resultados de la encuesta para la pregunta de, si ha buscado financiamiento para su emprendimiento, dando como resultado un 60 % para el ítem de no y un 40 % para el ítem de sí. Este resultado demuestra la deficiencia de los entes bancarios para otorgar financiamiento a los emprendedores emergentes, a través de la entrevista los emprendedores que su respuesta fue afirmativa comentaron que, aunque buscaron entes bancarios para obtener créditos para sus emprendimientos no obtuvieron respuestas positivas de estos. Según el informe del Monitor Global de Emprendimiento para el año 2023 nos indica que, la banca venezolana se encuentra en una situación de debilidad, producto de varios años de hiperinflación por el financiamiento al Estado por parte del Banco Central, los controles de tasas de interés y el elevado encaje legal, lo cual ha generado una casi nula intermediación financiera y el respectivo apoyo a las iniciativas emprendedoras vía crédito. Ante esta realidad, y durante los últimos años, las condiciones económicas del país han determinado el tamaño del sistema financiero y con ello, el acceso al financiamiento de la actividad emprendedora.

El apoyo financiero para los emprendedores en Venezuela recae casi en su totalidad en privados que no son parte de las iniciativas emprendedoras, y son conocidos por los fundadores (amigos, familiares y colegas). En este sentido parece que la suficiencia financiera para el emprendimiento en Venezuela es poco sofisticada ya que los pocos actores que ejercen esta función no son especializados, ni concededores del financiamiento emprendedor.

Desafíos del emprendimiento

La gráfica 21 resume los principales desafíos que enfrentan los emprendimientos en la actualidad. A través de los datos obtenidos se destacan las dificultades en áreas como el acceso a financiamiento y la competencia en el mercado.

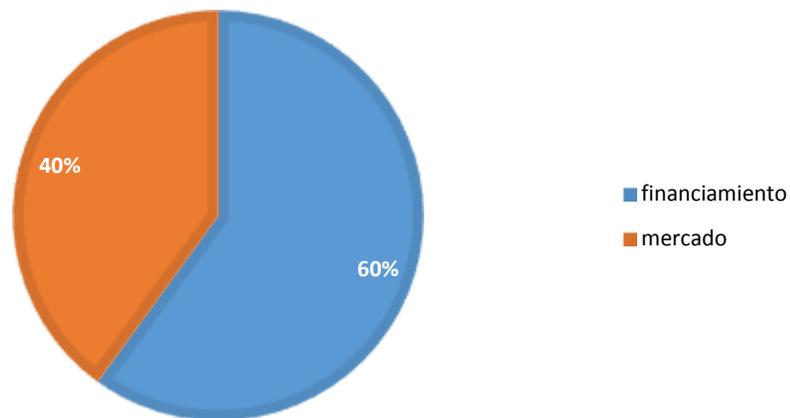


Figura 21. Representación gráfica de los desafíos del emprendimiento.

La representación gráfica 21 muestra los desafíos que han enfrentado los emprendimientos, estos valores mostraron que existen dos grandes obstáculos a la hora de emprender en el sector siendo el financiamiento el número uno con un 60 % y el mercado con un 40 % estos resultados dan

referencia a lo ya discutido en los apartados anteriores con respecto al financiamiento para emprender. El financiamiento es uno de los temas más álgidos para llevar a cabo una idea de negocio en el país, según Ayala 2022 en su tesis titulada "Análisis del emprendimiento como factor de recuperación del crecimiento económico en Venezuela en el año 2021", indica que, la cartera crediticia bruta de la banca venezolana, la cual a pesar de haber crecido más de un 200 % con referencia al 2021, aún se encuentra en un nivel de poco más de 500 millones de dólares, lo cual es una cantidad irrisoria considerando que incluye la banca pública y privada y todas las modalidades de crédito. Las opciones más altas de crédito al emprendimiento alcanzan los 16.500 USD y para pequeños emprendimientos existe un límite de 1.650 USD.

A nivel de financiamiento, existen bancos del Estado que ofrecen programas de financiamiento a los emprendedores. Sin embargo, los requisitos y cantidades otorgadas, no están acordes a las necesidades del emprendedor. Se apunta fundamentalmente, a un estrato de emprendedores que es relativamente reducido en comparación con las capacidades y recursos de los emprendedores venezolanos.

El conjunto de recaudos a exigir, fueron actualizados y unificados en agosto de 2022 por la Superintendencia de Bancos, la Circular SIB-II-GGR-GNP-05551, dirigida a todas las instituciones bancarias, relativa a los requisitos para el otorgamiento de financiamiento para el fomento y desarrollo de emprendimientos de personas naturales. Aun cuando esta medida, unifica los criterios para la solicitud del crédito, apunta a emprendimientos con mayor estructura, porque el solicitante debe contar con una infraestructura física o digital para el desarrollo del emprendimiento, lo cual significa invertir un conjunto de horas y recursos para procurar dicha infraestructura, es decir debe consolidar la idea, debe tener un grado de estructura que posiblemente un

emprendedor en etapa temprana y con restricción financiera probablemente no podrá conseguir.

En Monagas, de acuerdo a los anuncios que realiza la Gobernación del Estado, se han otorgado algunos créditos a través del Banco de Venezuela, sin embargo, no existe información que detalle dichos otorgamientos, así como tampoco información sobre los procesos para acceder a dichos créditos.

Nivel de competencia del sector

La figura 22 ilustra el nivel de competencia en el sector Zona Industrial de Maturín desde la perspectiva de los emprendedores, proporcionando una visión clara de cómo se segmenta el mercado. A través de estos datos se analizan factores como la saturación del mercado, la diversidad de ofertas y demanda.

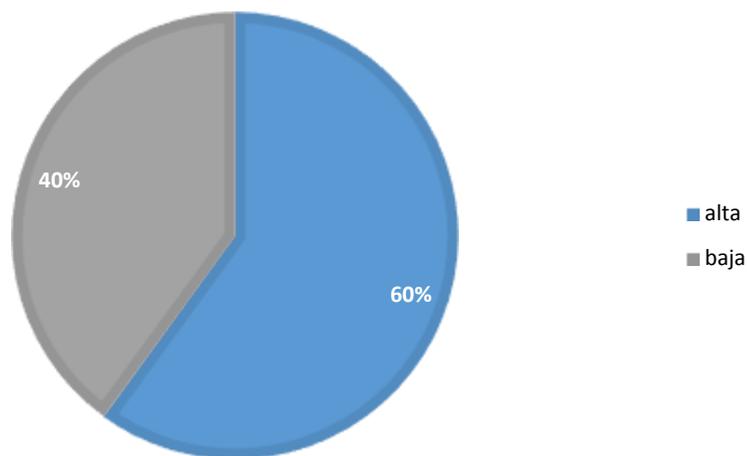


Figura 22. Representación gráfica del nivel de competencia.

La figura 22 nos muestra los valores obtenidos de la apreciación de los emprendedores para el nivel de competencia del sector, dando como resultado

un 60 % lo califica como alta y un 40 % lo califica como baja. Aunque se marca una tendencia para el porcentaje de alta, lo cual define al sector con un nivel de competencia alta según la apreciación de los emprendedores, hay muchas variables que pueden interferir en este porcentaje como lo es lo amplio del sector lo cual lo hace un mercado menos saturado de establecimientos, muchos nichos que aún no se han sido satisfechos, por lo cual lo podemos establecer como un sector que presenta un nivel de competencia moderado. Aunque existe no es tan intensa, ni elevada.

CONCLUSIONES

Los emprendedores ubicados en la Zona Industrial son principalmente adultos jóvenes, con edades comprendidas entre los 26 y 45 años. Asimismo, predomina el género femenino, constituyendo el 60 % de la muestra. Además, todos los emprendedores son de nacionalidad venezolana, y el 80 % residen en el sector donde desarrollan sus actividades empresariales.

El 60 % de los emprendedores del sector ha alcanzado únicamente el nivel educativo de educación media. La mayoría de ellos comenzó sus iniciativas empresariales sin poseer conocimientos previos en materia financiera, lo cual evidencia una carencia de formación específica en este ámbito.

Los ingresos mensuales de los emprendedores oscilan entre 131 \$ a 390 \$, con un 80 % de ellos considerando su emprendimiento como su principal fuente de ingresos. Además, el 80 % de los emprendedores utilizó sus ahorros personales para iniciar y mantener sus negocios.

En la Zona Industrial, los emprendedores han adoptado el marketing, especialmente en redes sociales. Cuentan con un presupuesto limitado, la mayoría invierte menos de \$ 100 al mes, el 60 % realiza campañas semanales y el 80 % de sus esfuerzos se centran en la creación de videos. Además, un 40 % de los emprendedores utiliza precios competitivos como estrategia para atraer clientes.

El 60 % de los emprendedores de la Zona Industrial reporta ingresos mensuales entre 1.000 a 5.000 \$, lo que refleja estabilidad económica. Para el

60 % de los emprendedores, los costos mensuales varían entre 500 a 2.500 \$. Todos los negocios de alimentos reportan beneficios netos mensuales inferiores a 1.000 \$, indicando una relación directa entre ingresos y costos.

El 80 % de los emprendedores invierte mensualmente entre 500 a 2.500 \$, mayormente debido a su transición de artesanal a industrial. Finalmente, el 60 % de los emprendedores aún no declara ni paga impuestos, ya que están en su periodo de gracia según el Registro Único de Información Fiscal (RIF).

El 80 % de los emprendimientos en la Zona Industrial cuenta con el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) y el Registro Único de Información Fiscal (RIF), lo que muestra una clara incorporación a la economía formal. Sin embargo, un 60 % sigue en proceso de obtener el permiso sanitario del Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria (SACS), reflejando deficiencias en la gestión de trámites legales.

El 80 % de los emprendedores del sector de alimentos en la Zona Industrial considera su emprendimiento como su principal fuente de ingresos, subrayando su dependencia económica en estas actividades. Además, el 100 % de estos negocios atiende a consumidores individuales, lo que refleja el carácter residencial de la zona.

El 60 % de los emprendedores reporta no haber recibido financiamiento bancario, mostrando claras deficiencias en el apoyo financiero a nuevos negocios en Venezuela.

Los desafíos principales incluyen la dificultad para obtener financiamiento (60 %), un factor crítico en un entorno de alta inflación, baja disponibilidad de crédito y restricciones cambiarias. En cuanto a la competencia, el 60% de los

emprendedores percibe un nivel alto, aunque hay nichos de mercado aún sin explorar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AULETTA N, RIVERA C. 2011. Un ecosistema para emprender. Informe de la IESA, Venezuela. 12-17 pp.
- AULETTA N, RODRÍGUEZ A, VIDAL R. 2011. Global entrepreneurship monitor. Informe ejecutivo Venezuela 2009-2010. IESA-GEM, Caracas, pp. 58.
- AULETTA N, RODRÍGUEZ A, VIDAL R. 2010. Global entrepreneurship monitor. Informe Venezuela 2005. IESA- GEM, Caracas, pp. 51.
- BRANDT. 2014. The Entrepreneur's Guide to Customer Development: A cheat sheet to The Four Steps to the Epiphany. (Documento online 2018).
- CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO. 2013. Emprendimiento en América Latina, desde la subsistencia hacia la transformación productiva. Editor CAF, Colombia, pp. 318.
- DRUCKER P. 1985. La Innovación y el empresario innovador. Editorial Edhasa, Barcelona, España, pp. 35-44.
- DRUCKER P. 2002. The discipline of innovation. The innovative enterprise. Report Harvard Business Review. USA. 7 pp.
- DUNCAN O. 1966. Path analysis: Sociological examples. American Journal of Sociology. 72(1): 1-12.
- ENCOVI. 2021. Encuesta Nacional Sobre Condiciones de Vida. UCAB. Venezuela. Disponible en línea en: <https://www.proyectoencovi.com/encovi-2021>. (Acceso 24.04.2024).
- ENE. 2001. Propuesta estratégica 2011.Ecosistema Nacional de Emprendimiento. Informe de Centro de emprendedores IESA, Venezuela. 45 pp.

- GUERRA T, HERNÁNDEZ C, Y TRIVIÑO I. 2015. Incubadora de empresas: Vía para el emprendimiento en las universidades. 7(1): 110-114.
- GUTIÉRREZ J, ROMERO J, DÍAZ M, SULBARÁN N. 2017. Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela. Rev. de CC. SS. Venez. XXIII (4):98-107.
- GUTIÉRREZ O, ASPRILLA M, GUTIÉRREZ M. 2014. Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia. Rev. Esc. Adm. Negocios. 76(1): 144-157.
- IESA (2012) Informe Ejecutivo 2011-2012 GEM. Informe del Centro de Emprendedores IESA, Caracas-Venezuela. 51 pp.
- ISENBERG D. 2010. How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review. 88(6).
- ISENBERG D. 2010. How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review. 88 (6).
- ISENBERG D. 2011. The entrepreneur ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Babson Global.
- ISENBERG D. 2016. Applying the ecosystem metaphor to entrepreneurship: Uses and abuses. The Antitrust Bulletin. 61(4): 564-573.
- LEDERMAN D, MESSINA J, PIENKNAGURA S, Y RIGOLINI J. 2014. El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación. 11(2):47-58.
- MOORE J. 1993. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. Harvard Business Review. 71(3): 75-83.
- MOORE J. 1993. Predators and prey: a new ecology of competition. Harvard Business Review. 71(3): 75-86.

- MOORE J. 1993. Predators and prey: a new ecology of competition. Harvard Business Review. 71 (3).
- NECK H, MEYER D, COHEN B, CORBETT A. 2004. An entrepreneurial system view of new venture creation. Journal of Small Business Management. 42(2).
- OJEDA G, RODRIGUEZ O. 2011. El ecosistema nacional de emprendimiento. Informe de la IESA, Venezuela. 40-45 pp.
- PINEDA D. 2014. Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá, Sociedad y Economía. Cali, Colombia: Universidad del Valle. pp.270.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. 2001. Diccionario de la Lengua Española 22a ed.España. Disponible en línea en: <https://www.rae.es/> (Acceso 01.05.2024).
- SPILLING O. 1996. The entrepreneurial system: on entrepreneurship in the context of a mega-event. Journal of Business Research. 36(1).
- VALLMITJANA I. 2016. La actividad emprendedora de los graduados IQS. Barcelona, España: Universidad Ramon Liul [Tesis Doctoral], pp 377.

APÉNDICE

Apéndice 1. Encuesta aplicada a los dueños de los emprendimientos.



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS DEL AGRO Y DEL AMBIENTE
DEPARTAMENTO DE LICENCIATURA EN TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS

CUESTIONARIO

PARTE I. Datos del emprendedor.

I.1.- Edad:

menos de 25 de 26 a 35 de 36 a 45 de 46 a 55 más de 55

I.2.- Género:

masculino femenino no binario prefiero no decirlo

I.3.- Reside en el sector Zona Industrial:

si no

I.4.- Nacionalidad:

Venezolano Extranjero Extranjero nacionalizado

I.5.- Estado civil:

soltero casado divorciado viudo concubinato

I.6.- Número de hijos:

ninguno 1 2 3 4 o más

I.7.- Nivel educativo alcanzado:

primaria media general universitario postgrado ninguno

I.8.- Campo de estudio:

ciencias artes negocios tecnología otro

I.9.- Posee cursos o capacitación adicionales en el área de negocios:

si no

I.10.- Habla algún idioma aparte del español:

inglés chino mandarín alemán francés otro

I.11.- Ingresos personales mensuales:

menos de 130\$ 131\$ a 260\$ 261\$ a 390\$ más de 390\$

I.12.- Fuente de financiamiento para su emprendimiento:

ahorros personales prestamos bancario Inversores préstamo gubernamental otro

I.13.- Posee actualmente deudas o prestamos:

si no

I.14.- Número de personas en su carga familiar:

ninguno 1 2 3 4 o más

PARTE II. Estrategias de marketing utilizadas para el emprendimiento.

II.1.- Canales de marketing utilizados para el emprendimiento:

redes sociales email marketing marketing de contenidos publicidad tradicional otros

II.2.- Presupuesto mensual asignado para marketing:

ninguno menos de 100\$ 100\$ a 500\$ 500\$ a 1000\$ más de 1000\$

II.3.- Frecuencia de las campañas de marketing:

diario semanal mensual trimestral anual

II.4.- Estrategia de contenido:

blogs videos podcasts infografías webinars

II.5.- Usa o ha usado marketing de influencers:

si no

II.6.- Utiliza alguna de las siguientes estrategias de precios:

precios bajos/competitivos precios altos/premium descuentos y promociones precios basados en el valor

PARTE III. Aspectos económicos del emprendimiento.

III.1.- Ingresos mensuales estimados del emprendimiento:

menos de 1000\$ 1000\$ a 5000\$ 5000\$ a 10000\$ más de 10000\$

III.2.- Costos mensuales estimados del emprendimiento:

menos de 500\$ 500\$ a 2500\$ 2500\$ a 5000\$ más de 5000\$

III.3.- Número de empleados que posee el establecimiento:

ninguno 1 2 a 4 más de 4

III.4.- Beneficios netos estimados del emprendimiento:

menos de 1000\$ 1000\$ a 5000\$ 5000\$ a 10000\$ más de 10000\$

III.5.- Inversiones estimadas realizadas mensualmente al emprendimiento:

menos de 500\$ 500\$ a 2500\$ 2500\$ a 5000\$ más de 5000\$

III.6.- Crecimiento mensual estimado del emprendimiento:

menos del 5% 5% a 10% 10% a 20% más de 20%

III.7.- Declara y paga impuestos al fisco nacional:

sí no

III.8.- Declara y paga impuestos municipales:

sí no

III.9.- Como cree que su emprendimiento impacta en la economía local:

poco medio mucho

PARTE IV. Cumplimiento de aspectos legales/normativos del emprendimiento.

IV.1.- El emprendimiento posee documento de registrado ante las autoridades competentes:

acta RNE y RIF No registrado en proceso de registro
constitutiva y RIF emprendimiento

IV.2.- El emprendimiento cumple con las obligaciones fiscales (declaraciones, IVA, etc):

sí no en proceso en periodo de gracia

V.6.- Has recibido algún tipo de apoyo o asesoramiento para tu emprendimiento:

si

no

V.7.- Cuál es el mayor desafío que enfrenta tu emprendimiento actualmente:

financiamiento Mercado Regulaciones otro (especificar)

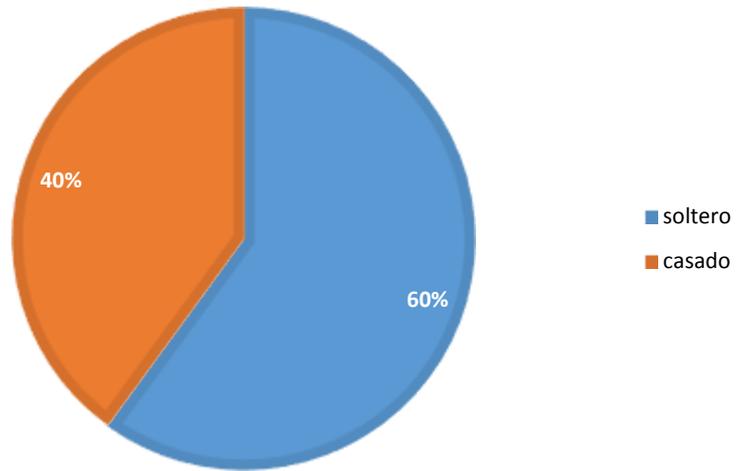
V.8.- Cómo calificarías el nivel de competencia en el sector:

alta

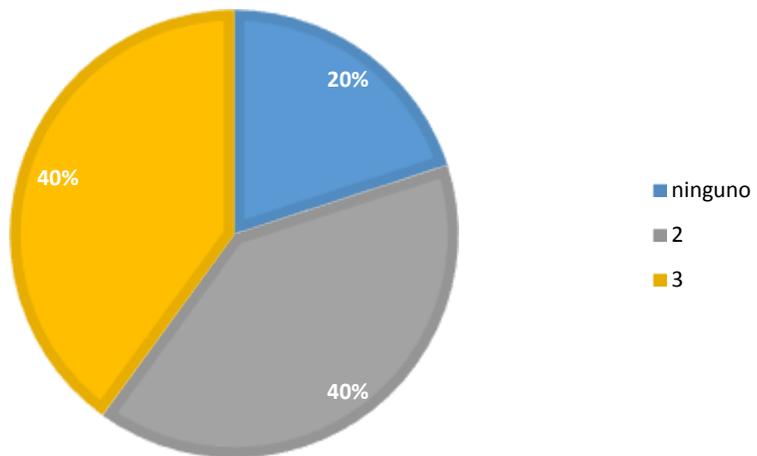
media

baja

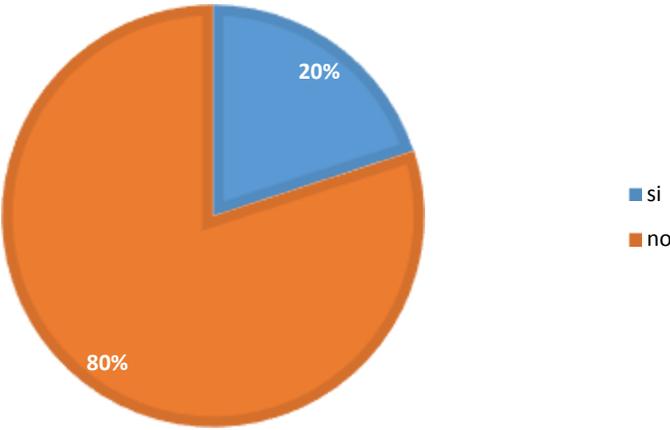
Apéndice 2. Estado civil de los emprendedores.



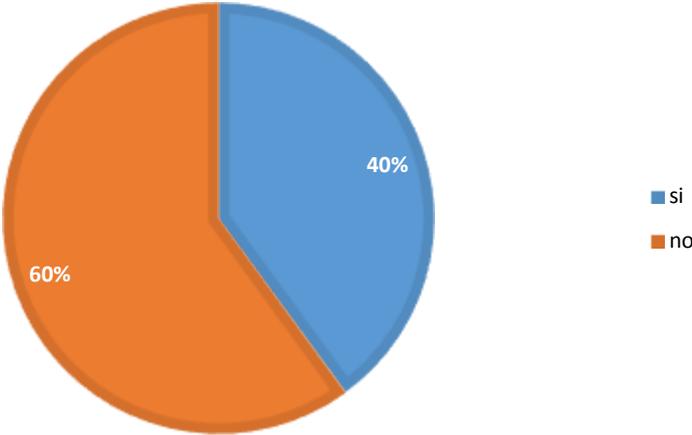
Apéndice 3. Número de hijos de los emprendedores.



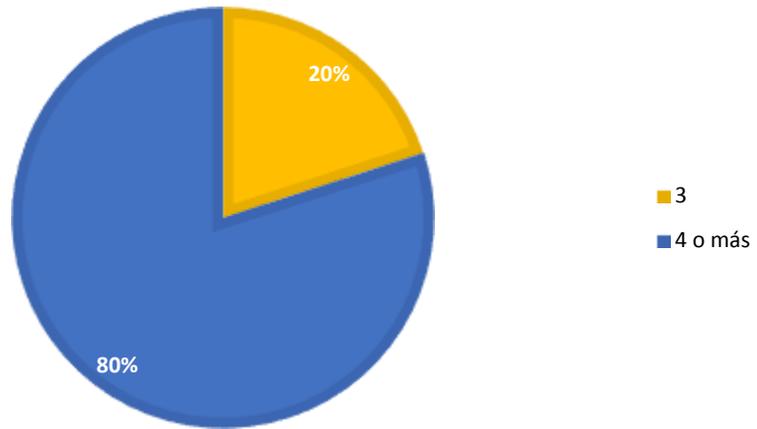
Apéndice 4. Conocimiento en el area de negocios de los emprendedores.



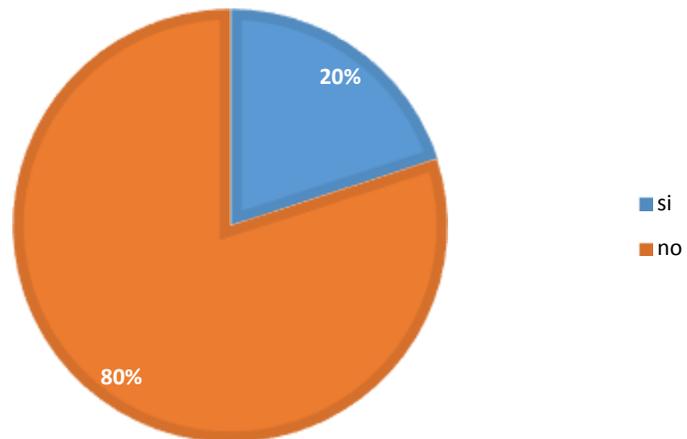
Apéndice 5. Deudas o prestamos de los emprendedores.



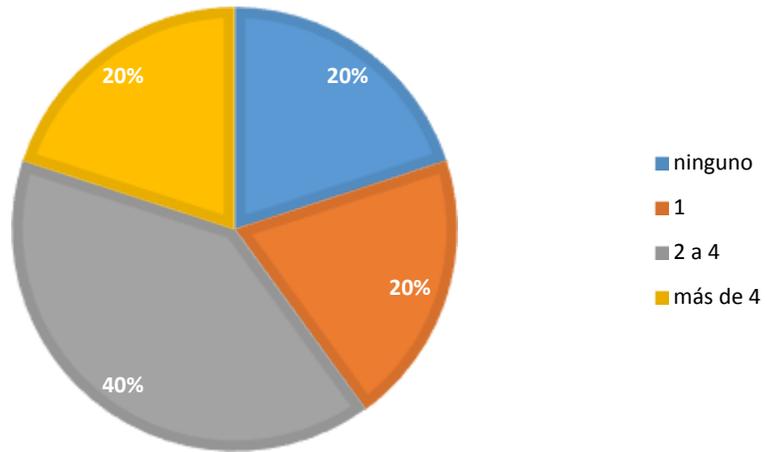
Apéndice 6. Número de persona en su carga familiar.



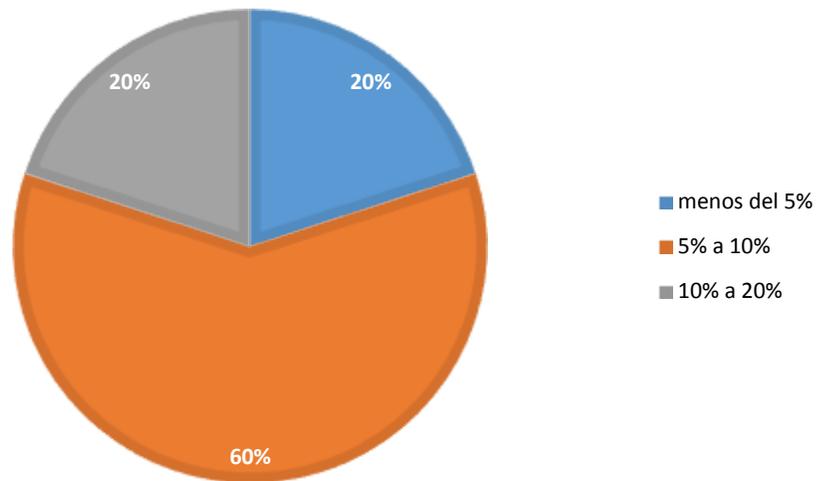
Apéndice 7. Marketing de influencer.



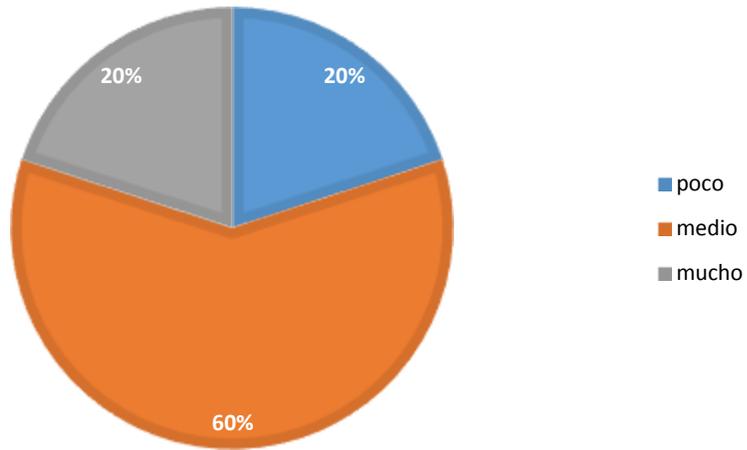
Apéndice 8. Número de empleados del emprendimiento.



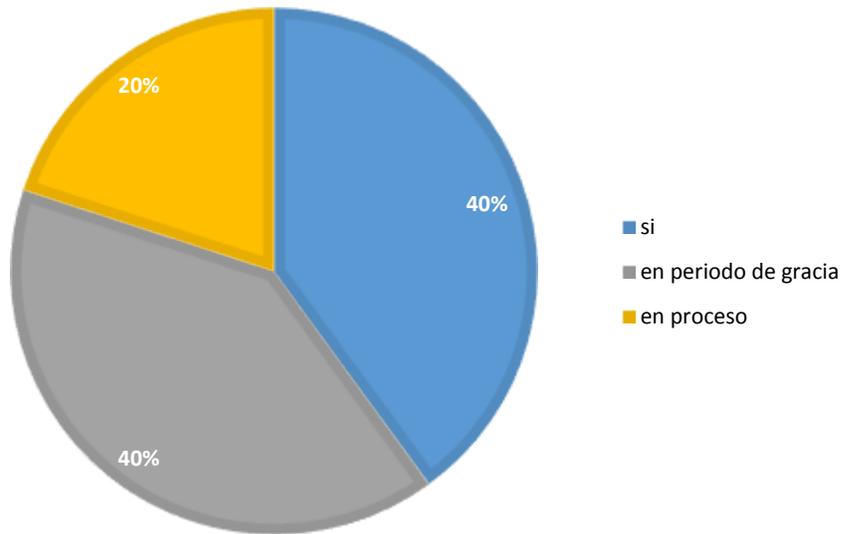
Apéndice 9. Crecimiento mensual del emprendimiento.



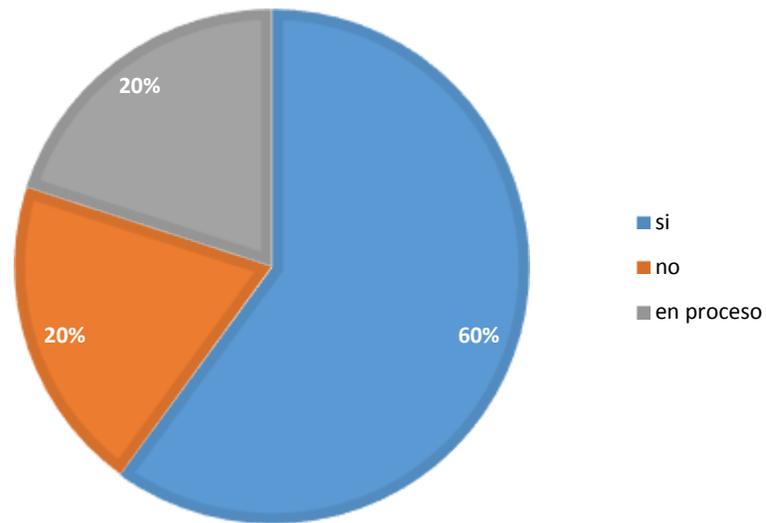
Apéndice 10. Impacto del emprendimiento en la economía local.



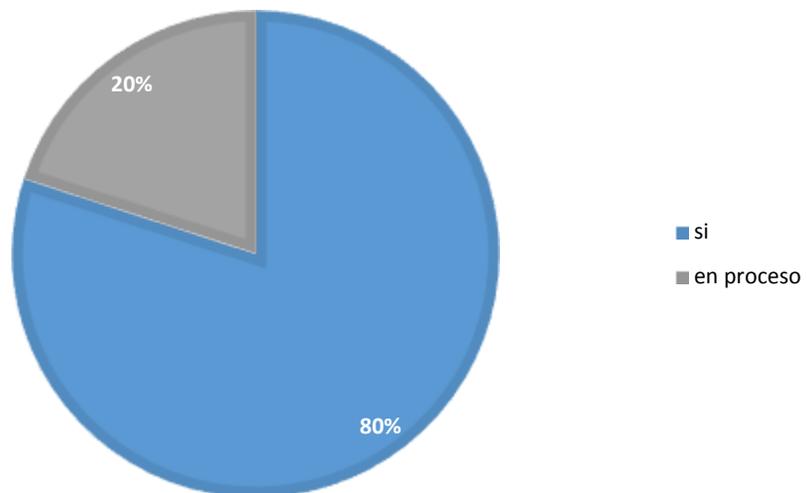
Apéndice 11. Cumplimiento de las obligaciones fiscales.



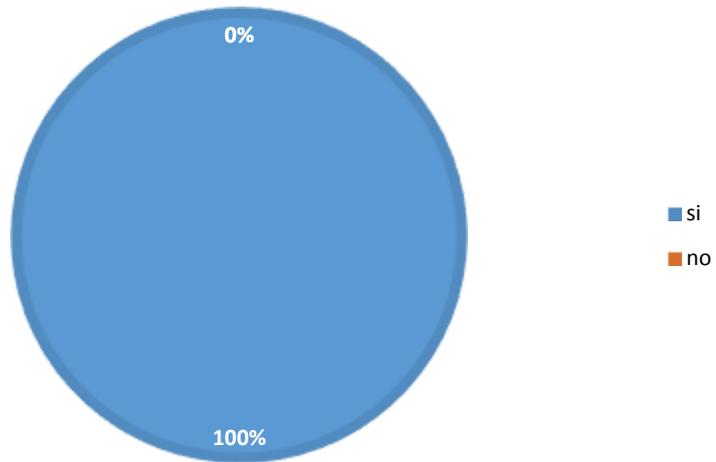
Apéndice 12. Cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria.



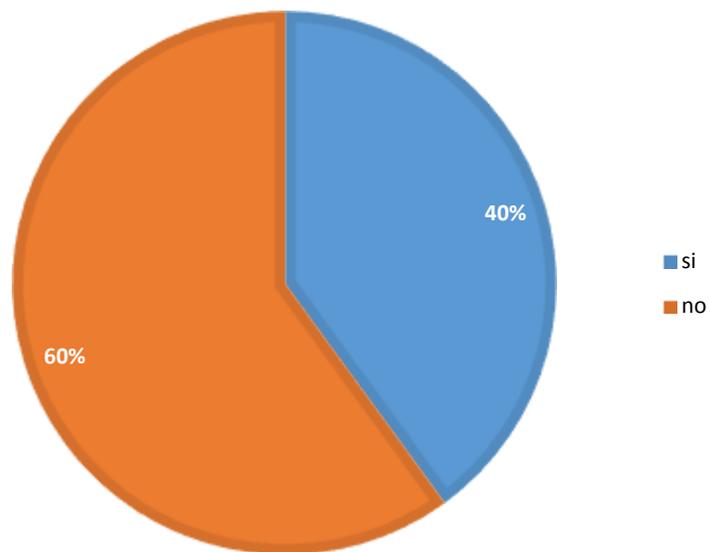
Apéndice 13. Cumplimiento de las normas de derechos socioeconómicos del consumidor.



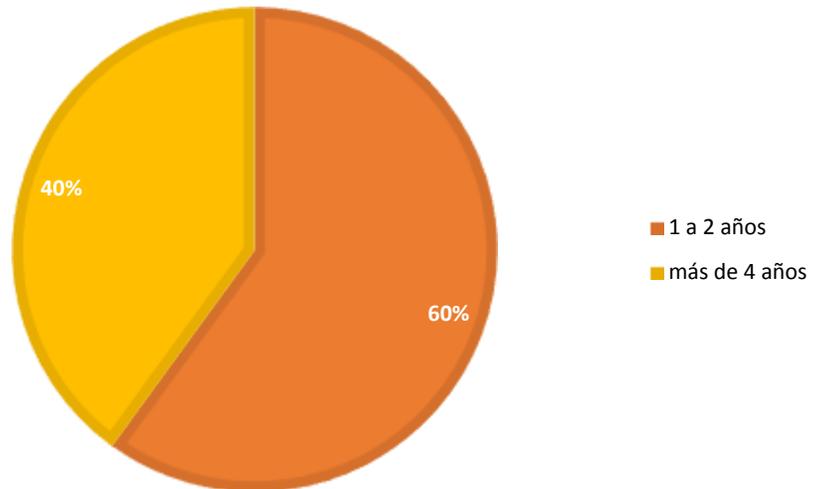
Apéndice 14. Cumplimiento de las normas de seguridad y salud laboral.



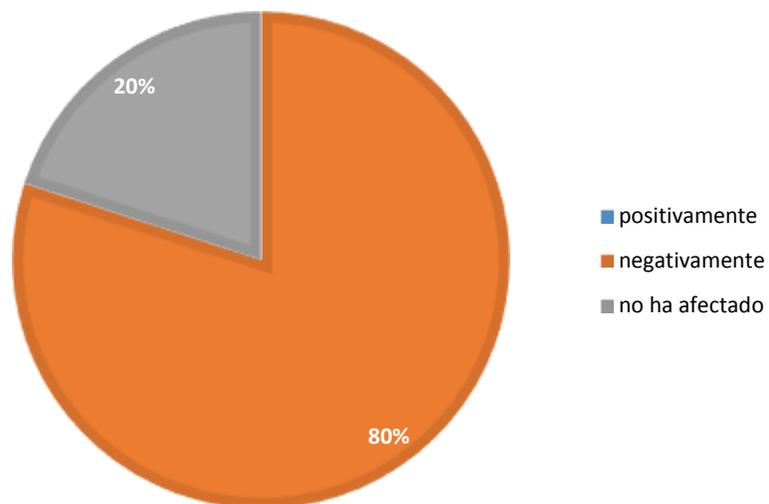
Apéndice 15. Cumplimiento de las normas ambientales.



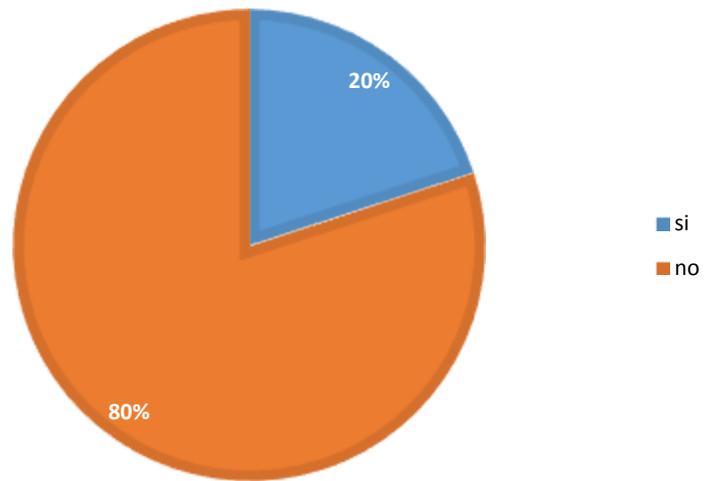
Apéndice 16. Tiempo de operatividad del emprendimiento.



Apéndice 17. Ha afectado la situación económica actual a el emprendimiento.



Apéndice 18. Ha recibido asesoramiento para el emprendimiento.



HOJAS DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

Título	Evaluación socio-económica de los emprendimientos del área de alimentos en el sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín, estado Monagas, Venezuela.
---------------	---

El Título es requerido. El subtítulo o título alternativo es opcional.

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código ORCID / e-mail	
Domínguez Cova,	ORCID	C.I.:
Valentina Alejandra	e-mail	valentinaadominguezc2001@gmail.com

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres de un autor. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor está registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el número de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores.

Palabras o frases claves:

emprendimiento en alimentos
emprendedor
aspectos microeconómicos de los emprendimientos
curso especial de grado

El representante de la subcomisión de tesis solicitará a los miembros del jurado la lista de las palabras claves. Deben indicarse por lo menos cuatro (4) palabras clave.

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

Área o Línea de investigación:

Área	Subáreas
Tecnología y Ciencias Aplicadas	Tecnología de Alimentos

Debe indicarse por lo menos una línea o área de investigación y por cada área por lo menos un subárea. El representante de la subcomisión solicitará esta información a los miembros del jurado.

Resumen

El emprendimiento es una disciplina científica dedicada al estudio metodológico de los emprendedores, la función empresarial y la creación de empresas, la presente investigación se ocupa de estudiar este fenómeno en el caso venezolano con el objetivo de evaluar las características socio-económicas de los emprendimientos del área de alimentos ubicados en la avenida principal del sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín, estado Monagas. En la última década, la situación económica del país ha sido muy compleja, originando la aparición de múltiples actividades económicas de parte de la población que busca una opción de ingreso que le permita subsistir, en este complejo escenario, a pesar de un entorno económico complejo, Venezuela ha mostrado signos de recuperación y crecimiento económico. Se optó por utilizar el método de investigación mixto, de nivel descriptivo; según el método que se aplicó, se realizó de una investigación de campo y por ser la población pequeña y de fácil manejo no fue necesario tomar muestra ya que se examinó a la totalidad la población, que son los emprendimientos del área de alimentos formalmente establecidos y ubicados en la avenida principal del sector Zona Industrial, la muestra estará representada por cinco (05) emprendimientos, la técnica que se utilizó para llevar a cabo la recopilación de datos fue la entrevista y la encuesta mientras que el instrumento fue la grabadora y el cuestionario. Se concluye que los emprendimientos en la Zona Industrial, liderados principalmente por adultos jóvenes y mujeres, se caracterizan por su participación en la economía formal. Estos negocios también enfrentan significativos desafíos burocráticos y financieros, como la obtención de permisos sanitarios y acceso a financiamiento bancario, cruciales para su desarrollo. A pesar de depender económicamente de sus actividades empresariales y percibir un alto nivel de competencia, estos emprendimientos encuentran aún nichos de mercado no explorados, mostrando su potencial de expansión. La gestión de costos y beneficios revela una estructura financiera estable y sostenible.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código ORCID / e-mail									
Lcdo. Ordaz A., Efraín J.	ROL	CA		AS	■	TU		JU		
	ORCID	C.I:								
	e-mail	eordaz.udomonagas@gmail.com								
M.Sc. Gamboa S., Luisa B.	ROL	CA		AS		TU		JU	■	
	ORCID	C.I:								
	e-mail	lgamboa.udomonagas@gmail.com								
Lcda. Correa S., Hilda E.	ROL	CA		AS		TU		JU	■	
	ORCID	C.I:								
	e-mail	correa.hilda@gmail.com								

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres del tutor y los otros dos (2) jurados. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor está registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el número de la Cedula de Identidad). La codificación del Rol es: CA = Coautor, AS = Asesor, TU = Tutor, JU = Jurado.

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2025	03	05

Fecha en formato ISO (AAAA-MM-DD). Ej: 2005-03-18. El dato fecha es requerido.

Lenguaje: spa

Requerido. Lenguaje del texto discutido y aprobado, codificado usando ISO 639-2. El código para español o castellano es spa. El código para inglés en. Si el lenguaje se especifica, se asume que es el inglés (en).

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

Archivo(s):

Nombre de archivo
NMOCTG_DCVA2025

Caracteres permitidos en los nombres de los archivos: A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 _ -.

Alcance:

Espacial: avenida principal del sector Zona Industrial de la parroquia Santa Cruz, municipio Maturín, estado Monagas, Venezuela.

Temporal: INTEMPORAL

Título o Grado asociado con el trabajo: Licenciado en Tecnología de Alimentos

Dato requerido. Ejemplo: Licenciado en Matemáticas, Magister Scientiarium en Biología Pesquera, Profesor Asociado, Administrativo III, etc.

Nivel Asociado con el Trabajo: Licenciatura

Dato requerido. Ejs: Licenciatura, Magister, Doctorado, Post-doctorado, etc.

Área de Estudio: Tecnología y Ciencias Aplicadas

Usualmente es el nombre del programa o departamento.

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado: Universidad de Oriente Núcleo Monagas

Si como producto de convenciones, otras instituciones además de la Universidad de Oriente, avalan el título o grado obtenido, el nombre de estas instituciones debe incluirse aquí.

Hoja de metadatos para tesis y trabajos de Ascenso- 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUNº0175

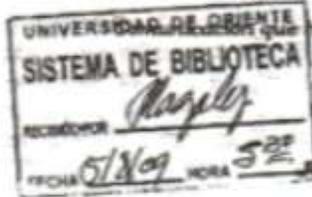
Cumandá, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerector 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 Nº 694/2009".

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



Resolución que hago, a usted a los fines consiguientes.

Confidencialmente.

JUAN A. SOLANO CUBELA
Secretario

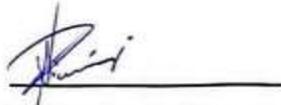


C.C. Rector, Vicerectores Administrativos, Decanos de las Escuelas, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuestos, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Biblioteca, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JAMC/TCC/mangja

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

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009): “Los trabajos de grados son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y solo podrá ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Concejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Concejo Universitario, para su autorización”.



Br. Valentina Alejandra Domínguez Cova
AUTOR(A)



Lcdo. Efraín Ordaz
TUTOR(A)