



Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Mención: Comunicaciones Corporativas

Trabajo final de concentración

**IMPACTO SOCIAL DE LA ASOCIACIÓN CIVIL TRABAJO Y
PERSONA EN LAS MUJERES DE LA SÉPTIMA COHORTE DE
EMPREENDEDORAS DE LA BELLEZA EN CONDICIONES DE
VULNERABILIDAD DEL DISTRITO CAPITAL**

Autores:

Bolívar Zárate, Audys Angélica
Hernández Matheus, Marvianis Adamar

Tutor:

Ascanio Rafi

Caracas, abril 2019

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Agradecimiento	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
<i>INTRODUCCIÓN</i>	7
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 El problema.....	9
1.2 <i>Objetivos</i>	10
1.2.1 <i>Objetivo general</i>	10
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	10
1.3 <i>Justificación</i>	11
1.4 <i>Delimitación</i>	12
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	
2.1 Historia.....	13
2.2 <i>Principios y Valores</i>	14
2.3 <i>Objetivos Específicos</i>	14
2.4 <i>Organigrama</i>	15
2.5 <i>Áreas de acción</i>	15
2.6 <i>Metodología de Trabajo</i>	16
2.7 <i>Propuesta de Valor</i>	17
2.8 <i>Principales proyectos</i>	17
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO	
3.1 <i>Antecedentes de la investigación</i>	19

3.2 Organización no gubernamental (ONG)	21
3.3 Comunicación para el desarrollo.....	21
3.4 Vulnerabilidad Laboral	22
3.5 Responsabilidad social empresarial.....	22
3.6 Impacto social.....	23
3.7 Metodología de enseñanza.....	23
3.8 Desarrollo humano.....	23
3.9 Sostenibilidad	24
3.10 Emprendimiento.....	24
3.11 Oficio.....	24

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Modalidad de la investigación.....	25
4.2 Tipo de Investigación	26
4.3 Definición de Variables	27
4.4 Operacionalización de variables	27
4.5 Población, Unidad de Análisis, Muestra.....	32
4.6 Técnicas de recolección de datos.....	33
4.7 Confiabilidad del instrumento.....	34
4.8 Validación del instrumento.....	34
4.9 Procedimiento.....	34
4.10 Limitaciones.....	35

CAPÍTULO V. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Interpretación de resultados	36
5.2 Matriz descriptora de datos a partir del instrumento N° I	37
5.3 Interpretación de resultados, a partir del instrumento N° I.....	39
5.4 Matriz descriptora de datos a partir del instrumento N° II	42

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones	77
6.2 Recomendaciones	81

BIBLIOGRAFÍA	79
---------------------------	-----------

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico N° 1. Nacionalidad.....	42
Gráfico N° 2. Edad.....	43
Gráfico N° 3. Estado civil.....	44
Gráfico N° 4. Lugar de nacimiento.....	45
Gráfico N° 5. Jefe de hogar.....	47
Gráfico N° 6. Personas a cargo.....	48
Gráfico N° 7. Hijos.....	49
Gráfico N° 8. Maquillaje.....	50
Gráfico N° 9. Frecuencia del maquillaje.....	51
Gráfico N° 10. Estudia actualmente.....	52
Gráfico N° 11. Situación laboral.....	53
Gráfico N° 12. Trabajo que realiza.....	54
Gráfico N° 13. Se considera echada para adelante.....	55
Gráfico N° 14. ¿Confía mucho en sí misma?.....	56
Gráfico N° 15. Líder de opinión.....	57
Gráfico N° 16. ¿Los estudios como parte de su desarrollo?.....	58
Gráfico N° 17. ¿Difícil plantearse retos y riesgos?.....	59
Gráfico N° 18. ¿Qué le pareció el contenido impartido en clase?.....	60
Gráfico N° 19. Materiales utilizados.....	61
Gráfico N° 20. Puntualidad de los instructores.....	62
Gráfico N° 21. Condiciones del lugar donde recibió las clases.....	63
Gráfico N° 22. ¿Recomendaría este curso a otras mujeres?.....	64
Gráfico N° 23. Uso de redes sociales.....	65
Gráfico N° 24. Medio por donde se enteró del curso.....	66
Gráfico N° 25. Motivación para emprender.....	67
Gráfico N° 26. Motivación para iniciar el curso.....	68
Gráfico N° 27. Obtenciones del programa.....	69
Gráfico N° 28. ¿Mantiene contacto con la organización?.....	70
Gráfico N° 29. Formalizó el emprendimiento.....	76

Tabla Nº 1. Organigrama	15
Tabla Nº 2. Dirección de habitación.....	46
Tabla Nº 3. Qué estudia.....	52
Tabla Nº 4. Ayuda monetaria o material	71
Tabla Nº 5. Lo que no le gustó del proyecto	73
Tabla Nº 6. Recomendaciones a la organización	75

Dedicatoria

A mis padres, Carmen y Marvin, y abuela paterna, quienes han sido guía y responsable de mis valores.

A mi novio, Levi, que con su amor y carisma logró que esta experiencia fuese más agradable para mi

A mi tío Oscar por enseñarme a soñar en grande.

A la familia Sánchez Balda, quienes me brindaron su amor y apoyo en un tiempo difícil de mi vida.

A Ramón y a Johana, mis líderes y apoyo en todo momento.

Marvianis Hernández

A mi madre, Norelys De Jesus mi fuente de luz, quién en todo momento me ha brindado hasta lo que no ha tenido para poder alcanzar este logro.

A mi novio, Ángel Jesús, por su incondicional amor y paciencia. Y hacer de este camino una aventura increíble, que apenas lleva 5 años.

A mi amiga Katherine Jiménez, por recordarme cada día que el esfuerzo tenía que ser doble porque este logro sería para las dos.

Audys Bolívar

Agradecimiento

Quiero agradecer enormemente:

Principalmente a Dios, por ayudarme, proveerme, guiarme y darme las fuerzas suficientes para no desmayar en este largo recorrido.

A mi familia, por su apoyo incondicional, confiar en mí e impulsarme día a día a ser cada vez mejor.

A Levi, mi novio, por enseñarme a ser paciente, motivarme en momentos difíciles y creer en mí.

A Audys, mi compañera de tesis, por caminar junto a mí a lo largo de toda esta investigación.

A la profesora Rafi, tutora de este estudio, por su paciencia y dedicación para el desarrollo del mismo.

A la coordinadora del programa Emprendedoras de la Belleza y a las mujeres egresadas del proyecto, por su, amabilidad, tiempo y disposición.

Finalmente, gracias a mi hermosa casa de estudio por brindarme los mejores profesores para formarme como profesional y hacerme sentir orgullosa de ser UCABista.

Marvianis Hernández

Agradecimiento

Con mucho amor y cariño...

A Dios, por habitar en mí.

A mi madre Norelys, mi padre Carlos y hermano Ángel Arturo, por ser mi motivación.

A mi tía paterna, Nellys Bolívar, por brindarme un nuevo hogar; a mis tías maternas, Hisleyer Zárate, Santa Zárate y Glavis Zárate, por todo el apoyo monetario y emocional durante este recorrido.

A mi novio, Ángel Jesús, por creer en mí, apoyarme, motivarme y amarme siempre.

A mis primas, Isamar Ruiz y Edgarys Ruiz, por aconsejarme.

A mis amigos, Dimar, Alexis, Maibel, Paola y Oriana, por seguir siendo mi grupo de amigos.

A mis amigos de la UCV, Katherine, Winifer, Joseline, Cesar, Argenis, Francisco y Jonathan, quienes apoyaron la idea de cambiarme a la UCAB y con quienes aún mantengo una bonita amistad.

A mis amigas Marvis y Yarleyn, por la paciencia y tolerancia de mi mal carácter.

A la Dirección de Desarrollo Estudiantil UCAB, especialmente al Padre Leonardo Marius y Aimara Morales por ser como mis segundos padres.

A todo el equipo de la Dirección de Cooperación Económica Estudiantil UCAB, por brindarme su apoyo.

¡Infinitas gracias!

Audys Bolívar

Resumen

La Asociación Civil Sin Fines de Lucro, Trabajo y Persona, es una institución que nace en el año 2009 por iniciativa del Ing. Alejandro Marius, con el propósito de rescatar el valor del trabajo en la sociedad venezolana, y así la dignidad de personas más vulnerables. Es por ello, que las investigadoras consideraron pertinente realizar un estudio acerca del impacto social de la Asociación Civil Trabajo y Persona en las mujeres del programa *Emprendedoras de la Belleza*, de la séptima cohorte, que se encuentran en situación de vulnerabilidad, en el Distrito Capital. Para esta investigación se planteó como objetivos específicos: identificar el perfil psicográfico y demográfico de los públicos, identificar la metodología de enseñanza, identificar los canales de comunicación, conocer los aliados del proyecto y conocer la percepción de las egresadas. En relación a la metodología utilizada, se ejecutó una investigación de tipo exploratoria en donde se aplicó, en primer lugar, un modelo de entrevista no estructurada como instrumento para conocer detalladamente la propuesta de valor de dicha entidad. Luego, se aplicó un cuestionario, a través de la herramienta de Google Forms, a 20 mujeres egresadas de la séptima cohorte del proyecto *Emprendedoras de la Belleza*. Entre los principales hallazgos, se concluye que la asociación civil Trabajo y Persona ha generado un gran impacto puesto que, gracias a la formación ofrecida, las mujeres que se encontraban en condiciones vulnerables, actualmente el 43.8% tienen su emprendimiento propio y han crecido personal y profesionalmente.

Palabras clave: Efecto social, vulnerabilidad, desarrollo humano, formación, emprendimiento.

Abstract

The Civil Association Without Profits, Work and Person is an institution that was born in 2009 on the initiative of Ing. Alejandro Marius, with the purpose of rescuing the value of work in Venezuelan society, and thus also the dignity of the people more vulnerable. That is why the researchers have considered carrying out a study on the social impact of the Civil Association Work and Person in the women of the Entrepreneurship of Beauty program, of the seventh cohort, which is in the situation of vulnerability, in the Capital district .For this research was raised as specific objectives: identify the psychographic and demographic profile of the public, identify the methodology of teaching, identify communication channels, know the partners of the project and know the perception of the graduates. In the relation with the methodology that is included, an exploratory research is carried out where, in the first place, an unstructured interview model is applied as an instrument to know in detail the value proposition of said entity. Then, a questionnaire was applied, through the Google Forms tool, to 20 women graduates of the seventh cohort of the entrepreneur beauty project. Among the main findings, it is concluded that the civil association Work and Person has generated a great impact since, thanks to the training offered, women who were in vulnerable conditions, currently 43.8% have their own enterprise and have grown personal and professionally.

Keywords: Social effect, vulnerability, human development, training, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

Las asociaciones civiles, según Itriago e Itriago (1998) refiere ser un conjunto de personas organizadas corporativamente con el objeto de realizar un fin común de naturaleza no lucrativa.

Las organizaciones de la sociedad civil proponen resolver problemas socialmente relevantes, y constituirse por grupos de personas que siguen un marco de normas y reglas que regulan su acción, con el objeto de resolver problemas en un contexto inmediato que les exigirá negociar, acordar, colaborar, y neutralizar a otros actores (Itriago e Itriago 1998)

En Venezuela, gran parte de las organizaciones civiles nacieron en los años 80 y 90, con la finalidad de atender intereses generales de los ciudadanos a través de programas sociales, educación popular, y el desarrollo de las prácticas en defensa de los derechos humanos a nivel nacional e internacional (Civiles Derechos Humanos, 2013).

Un de ellas es la Asociación Civil Trabajo y Persona, que nació en el año 2009 en Caracas, con el objetivo de promover el valor del trabajo en la sociedad venezolana y así la dignidad de la persona a través de la educación para el trabajo.

Esta organización tiene 10 años desarrollando diversos proyectos en diferentes áreas y sectores del país. Exaltando el valor de trabajo y el bien común.

Las actividades que realiza Trabajo y Persona se dividen en tres áreas de acción: Desarrollar programas y proyectos sociales de formación en oficios orientados al emprendimiento, autoempleo o empleo digno, dirigido a jóvenes y mujeres en situación de vulnerabilidad. Por otro lado, favorecer la sostenibilidad de centros de formación a través de unidades socio-productivas donde los egresados puedan realizar pasantías y participar en la elaboración de productos

u ofertas de servicios; y finalmente promover una mayor difusión de la cultura del trabajo como factor clave para el desarrollo del país.

En ese sentido uno de sus principales proyectos es de interés para esta investigación, y es el programa denominado Emprendedoras de la Belleza, cohorte número siete, que generó gran impacto social. Sin embargo, surge la necesidad de conocer cuáles fueron las percepciones por parte de las egresadas y el público externo al concluir el programa.

La presente investigación está estructurada en seis capítulos. En el capítulo I, se plantea el problema objeto de estudio y los objetivos formulados; asimismo la justificación y delimitación. El marco referencial, ubicado en el capítulo II, desarrolla el contenido que permitirá la comprensión y el sentido general de la investigación, además de aportar información relevante acerca de la organización en estudio. En el capítulo III se plantea el marco teórico, es decir, los antecedentes de la investigación. El capítulo IV, expone el conjunto de métodos, técnicas e instrumentos a emplear para la investigación propuesta.

Seguidamente, el capítulo V, presenta el análisis y discusión de los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados. El capítulo VI, muestra las conclusiones y recomendaciones de la investigación a realizar.

Finalmente, se hace referencia a las fuentes de información y bibliografía utilizadas para el desarrollo del tema, y se agregan los anexos necesarios para contextualizar los resultados.

CAPÍTULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El problema

La aparición de las Asociaciones civiles en el mundo han revolucionado la forma de pensar de la sociedad, otorgándoles valor y participación a los ciudadanos a través de su aporte colaborativo y desinteresado, que busca promover el bienestar común (Itriago y Itriago, 1998).

En Venezuela, según Civiles Derechos Humanos (2013) existen muchas organizaciones orientadas a colaborar con los ciudadanos en temas de salud, economía, medio ambiente y educativo. Sin embargo, existe un nicho poco estudiado y es el que tiene que ver con el honor y el reconocimiento del trabajo.

En ese sentido, se observa que la labor de educar y exaltar el valor del trabajo es fundamental para el crecimiento personal y social de una persona. Hoy día existe mucho desinterés y pocos ánimos, al ejercer trabajos “convencionales”, como el zapatero, el herrero y hasta el mismo peluquero (Civiles Derechos Humanos, 2013).

Gran parte de los venezolanos ha tildado estos oficios como “pocos importantes”, cuando en realidad son trabajos que hacen mejor a la sociedad.

Por esa razón la Asociación Civil Trabajo y Persona fue creada con la misión de recuperar el valor del trabajo a través de la implementación de programas para mejorar la formación técnico profesional de la población, especialmente para los jóvenes y personas con situaciones de vulnerabilidad.

En Venezuela, especialmente en la ciudad de Caracas, parte de la población vive en situación de vulnerabilidad y cada vez son más las personas que presentan carencias en distintas áreas de su vida como las relaciones sociales, el empleo, la salud, la educación y los recursos tanto económicos

como personales, por tanto la situación de carencia no sólo compromete el presente sino que involucran a las generaciones futuras (Brito, 2018).

Con base en la necesidad imperante de estos tiempos, de situaciones de riesgo y vulnerabilidad, surge la idea de querer dar a conocer la situación de mujeres valientes que decidieron cambiar su vida y aprovechar sus habilidades para iniciarse en el mundo laboral con la noble labor del oficio de peluquería.

Partiendo de lo anterior, los autores se han formulado las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuál es el perfil psicográfico y demográfico de los públicos de la asociación sujeto de estudio?
2. ¿Qué metodología de enseñanza emplea la organización para el proyecto Emprendedoras de la Belleza?
3. ¿Quién o quiénes son los aliados que hacen sustentable el proyecto de formación de la organización?
4. ¿Cuál es la percepción de las egresadas, de la séptima cohorte, del proyecto Emprendedoras de la Belleza?
5. ¿Cuáles son los canales de comunicación que utilizan para difundir información sobre el proyecto de formación social y su alcance?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar el impacto de la Asociación Civil Trabajo y Persona en las mujeres del programa Emprendedoras de la Belleza, de la séptima cohorte, que se encuentran en situación de vulnerabilidad, en el Distrito Capital.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Identificar el perfil psicográfico y demográfico de los públicos de la asociación sujeto de estudio.
2. Identificar la metodología de enseñanza que lleva a cabo la organización en el proyecto Emprendedoras de la Belleza.
3. Identificar los aliados que hacen sustentable el proyecto de formación de la organización.
4. Conocer la percepción de las egresadas del proyecto Emprendedoras de la Belleza, séptima cohorte, que lleva a cabo la organización.
5. Identificar los canales de comunicación utilizados para difundir información sobre el proyecto de formación social y su alcance.

1.3 Justificación

Para Berganza y Ruiz (2005 los criterios que justifican una investigación son “conveniencia, proyección social, implicaciones prácticas, aporte teórico y aporte metodológico” (p.47).

Partiendo de la premisa de los autores anteriormente citados, se considera que este trabajo de Investigación tiene una proyección social, puesto que “responde a las demandas de una sociedad determinada, un grupo social, instituciones o sus resultados previsibles pueden ser de interés para dichas instancias; (Berganza y Ruiz 2005, p.48) ya que los resultados pudiesen brindar herramientas a otras organizaciones, para solventar problemas sociales de gran impacto como es el caso de personas en situación de vulnerabilidad, pobreza y/o exclusión.

Esta investigación además, podría comprender con mayor facilidad los proyectos sociales que lleva a cabo la A.C. Trabajo y Persona con el objetivo de promover el valor del trabajo en la sociedad; y pudiera tener relevancia para la sociedad porque vincula a personas vulnerables, es decir, con carencias en

distintas áreas de su vida como, el empleo, la salud, educación, los recursos tanto económicos como personales, entre otros.

Finalmente, este trabajo de investigación pudiera generar un aporte metodológico visto que según Berganza y Ruiz (2005) “los resultados obtenidos pueden ser de utilidad para otras investigaciones en ese campo” (p. 48). En definitiva, el estudio podría servir como guía para profundizar investigaciones posteriores relacionadas al desarrollo de proyectos educativos para comunidades populares en condiciones de vulnerabilidad.

1.4 Delimitación

Esta investigación se realizará en comunidades populares, en condiciones de vulnerabilidad, del Municipio Libertador, Caracas, Venezuela, donde se recolectará información a través de un cuestionario.

Por otro lado, se entrevistará a Gabbriella González, coordinadora del proyecto Emprendedoras de la Belleza, quien dará a conocer los detalles del programa, la metodología de enseñanza, las herramientas de capacitación, entre otros.

CAPÍTULO II.

MARCO REFERENCIAL

2.1 Historia

Trabajo y Persona es una Asociación Civil Sin Fines de Lucro que nació en el año 2009 en Caracas, con la misión de recuperar el valor del trabajo en la sociedad venezolana y así la dignidad de la persona a través de la educación para el trabajo. (Trabajo y Persona)

Nace por iniciativa del Ing. Alejandro Marius, quién luego de 15 años de intensa actividad en el mundo corporativo, decide dejar un cargo de ejecutivo para América Latina de una trasnacional italiana en el área de telecomunicaciones, para dedicarse a emprender en lo social.

Marius combinó su trabajo con muchas actividades de tipo social y caritativas, y la última de ellas fue como presidente de la Asociación Civil Icaro, ONG dedicada al desarrollo humano y a la educación, hasta 2009, que es la que brinda apoyo institucional para comenzar Trabajo y Persona.

El primer proyecto donde participó Trabajo y Persona fue el Network Hardware Specialist (NHS), coordinado por Alejandro Marius y donde colaboró con la Asociación Civil Icaro y la Cámara de Comercio Venezolano Italiano. Este proyecto financiado por el Ministerio del Trabajo y Políticas Sociales de Italia consistía en formar a un grupo de jóvenes italovenezolanos para certificarse como especialistas en redes de telecomunicaciones.

El proyecto permitió iniciar las actividades de Trabajo y Persona, además de generar una excelente reputación con entidades públicas y privadas en Venezuela e Italia.

Nota: Tomado de la página web de... (<https://www.trabajoypersona.org/>).

2.2 Principios y Valores

Para Trabajo y Persona, el trabajo es concebido como una necesidad humana que, como cualquier otra actividad, afecta a toda la persona y no sólo a algunas de sus facultades o dimensiones. A través del trabajo el ser humano transforma el mundo, produce riquezas y bienestar, configura a la sociedad y por otro lado forja su carácter, desarrolla virtudes y aptitudes, se autorrealiza, es decir, se hace más persona.

El trabajo es el lugar privilegiado donde la persona, a través de un movimiento creativo, libre y transformador de la realidad, se expresa y pone de manifiesto lo que es, lo que la constituye.

"El trabajo es una dimensión fundamental de la existencia del hombre en la tierra" (San Juan Pablo II, *Laborem Exercens*, 1.981) y "la naturaleza de la persona es relación con el infinito" (Luigi Giussani, *El Sentido Religioso*, 1.987); de allí que el ser humano es mucho más que los factores biológicos que lo constituyen, es el punto irreductible de la creación donde se juntan la razón, el afecto y la libertad.

2.3 Objetivos Específicos

- Promover todas las actividades orientadas a enriquecer a la persona en particular en el ámbito del trabajo de forma transversal en diversos sectores de la economía.
- Desarrollar programas para mejorar la formación técnico profesional de la población, especialmente para los jóvenes y personas más vulnerables.

- Promover una mayor difusión de la cultura del trabajo en todas sus expresiones.

Nota: Tomado de la página web de... (<https://www.trabajoypersona.org/>).

2.4 Organigrama



Alejandro Marius	Sabrina Di Scipio
Carlos Alonzo	Ángel Pacheco
Andrea Marius	Carmen Negrín

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla Nº 1. Organigrama

2.5 Áreas de acción

Trabajo y Persona realiza diversas actividades que se pueden dividir en tres áreas:

- Desarrollar programas y proyectos sociales de formación en oficios orientados al emprendimiento, autoempleo o empleo digno, orientados a jóvenes y mujeres en situación de vulnerabilidad.
- Favorecer la sostenibilidad de centros de formación a través del desarrollo de unidades socio-productivas donde los egresados puedan realizar pasantías y participar en la elaboración de productos u oferta de servicios tales como: laboratorios de chocolate, salones de belleza, talleres mecánicos, entre otros.
- Promover una mayor difusión de la cultura del trabajo como factor clave del desarrollo del país.

2.6 Metodología de Trabajo

La organización ha conceptualizado y puesto en práctica con éxito el modelo Emprender360 que propone una idea innovadora y personaliza los componentes del emprendimiento y el desarrollo humano en cada oficio, con el fin de beneficiar a jóvenes y mujeres provenientes de sectores populares en las ciudades o en las zonas rurales, que tienen condiciones de vulnerabilidad social.

Emprender360 cuenta con algunas características:

- Involucra a la empresa, junto a sus voluntarios y aliados en un modelo de negocio inclusivo en la capacitación al mundo del trabajo en su sector de referencia.
- Innova a través de las actualizaciones en oficios pertinentes de acuerdo al entorno y con orientación al emprendimiento.
- Orienta el emprendimiento a un oficio en particular y no de manera genérica para aumentar su efectividad.
- Incluye un módulo de acompañamiento para acompañar a emprendedores tempranos.

De manera especial todo el componente de Acompañamiento incluye estos elementos:

Continuidad educativa:

- Actualización Profesional que incluye talleres cortos sobre tópicos relacionados al emprendimiento y a su oficio.
- Becas de estudio para estudios especializados de los egresados.

Aprender haciendo:

- Pasantías en empresas de cada sector.
- Participación en eventos relativos al sector para favorecer la comercialización de los productos y servicios de los egresados.

Apoyo al emprendedor temprano:

- Asesoría para el acceso al microcrédito.
- Tutorías en emprendimiento.

Nota: Tomado de la página web de... (<https://www.trabajoypersona.org/>).

2.7 Propuesta de Valor

Desde sus inicios Trabajo y Persona se concibe como una realidad de agregación de diversos actores e implementación de proyectos colaborativos. Es por eso que valora todas las iniciativas existentes y trabaja fundamentalmente en red. Su propuesta de valor apuesta al trabajo en conjunto con Centros de Capacitación, Empresas y Universidades, para desarrollar programas y proyectos innovadores y sustentables.

2.8 Principales proyectos

Los principales proyectos que se están desarrollando en la actualidad son:

- Conduciendo tu futuro. En alianza con Ford Motor de Venezuela, que consiste en un diplomado en mecánica básica automotriz certificado por la Universidad de Carabobo y un programa de acompañamiento al emprendimiento, empleabilidad y continuidad educativa. Se realiza en el estado Carabobo y ha graduado más de 150 jóvenes como Emprendedores de la Mecánica en 5 cohortes consecutivas.
- Belleza para un futuro. En alianza con L'Oréal Venezuela se forman a Emprendedoras de la Belleza en la Gran Caracas y además se realiza

formación de formadores junto a la AVEC para instructores en 5 estados del país por lo menos una vez al año.

- **Emprendedoras del Chocolate.** Es un programa multianual de Trabajo y Persona que ofrece oportunidades a mujeres en situación de vulnerabilidad para que aprendan el oficio de la chocolatería y puedan emprender. Tiene como aliados a las principales empresas del sector chocolatero, cuenta con alianzas para estudios universitarios con la ULA y la USB; actualmente el programa se está desarrollando en 6 estados del país, gracias a un financiamiento de la Unión Europea en el proyecto “Venezuela Tierra de Cacao”, liderado por CAVENIT y ejecutado junto a la CCIAVF en el marco de FEDEUROPA.
- **Cuidadores 360.** Es un diplomado avalado por la UCV que tiene como objetivo formar a cuidadores de adultos mayores, siendo el primer estudio formal de este tipo en Venezuela. El programa cuenta con el apoyo de Ford Motor de Venezuela.
- **Gastronomía 360.** Es un programa de formación en emprendimiento gastronómico a mujeres en situación de vulnerabilidad en las poblaciones de Carúpano y El Tocuyo. Luego de formadas estas mujeres son voluntarias en comedores para niños en riesgo de desnutrición.

Nota: Tomado de la página web de...(<https://www.trabajoypersona.org/>).

CAPÍTULO III.

MARCO TEÓRICO

3.1 Antecedentes de la investigación

Se consultó el portal web de Academia en el que se encontró una Tesis de Magíster relacionada con esta investigación:

Reyes (2011), *Mujer, Pobreza y Emprendimiento Experiencias Claves para la Superación*; Escuela de Psicología, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Cabe señalar que esta tesis de Magíster, consistió en el análisis de las diferentes estrategias como para abordar la superación de pobreza, entre ellas el microcrédito, como un instrumento financiero para apoyar la actividad emprendedora. Estos préstamos se concretan a través de los programas de microfinanzas, los usuarios en su mayoría mujeres, tanto en Chile como en otros lugares del mundo. Dada la importancia de estos programas, se han realizado numerosos estudios evaluando su impacto, tanto a nivel económico, como social; Sin embargo, existen pocas investigaciones que den cuenta de la perspectiva de las propias mujeres que han participado en estas iniciativas.

La tesis mencionada anteriormente se considera relevante ya que, tiene relación con esta investigación puesto que, analizaron el impacto que puede ocasionar una organización mediante proyectos dedicados a mujeres en condiciones de vulnerabilidad, pero con deseos de emprender. Es importante destacar que la autora, Reyes Yuvitza, se dedicó a describir y a analizar la experiencia que vivió un grupo de mujeres, en situación de pobreza, usuarias emprendedoras de un proyecto privado de microcrédito llevado a cabo por

Fondo Esperanza (FE), de la Región de Valparaíso, Chile. Una organización sin fines de lucro, que otorga microcréditos solidarios a personas en situación de pobreza.

En otro estudio, Méndez de Montero A. (2006), Criterios de éxitos y sustentabilidad de una organización de desarrollo social de la sociedad civil venezolana: Fundaprocura, Postgrado en Gerencia de Programas Sociales, Universidad Católica Andrés Bello, Cota: GPS2006M4.

Funda Procura de la Parálisis (FUNDAPROCURA), Organización de Desarrollo Social de la Sociedad Civil Venezolana, protagoniza a través de su Ejecutoria en Resultados y Gestión el haberse constituido en una Asociación ejemplo como alternativa para atender a Discapacitados Motores. Esta investigación se planteó como objetivo general realizar un análisis de los criterios de éxito y sustentabilidad a lo largo de su cronología. Como objetivos específicos se propusieron: Revisar la Direccionalidad, Interpretar los resultados y procesos de gestión en función de la captación de recursos financieros. Hacer un inventario de clientes primarios o beneficiarios, de proveedores, personal de apoyo, voluntarios y alianzas estratégicas, realizar un perfil de competencias de liderazgo de la población estudiada.

Con la realización de dicho estudio se profundizó y obtuvo conocimientos sobre la Gerencia de Programas Sociales y en especial sobre los criterios de valoración, evaluación y monitoreo de la Sustentabilidad y el Éxito en las organizaciones de Desarrollo Social de la Sociedad Civil Venezolana.

En ese sentido, la utilidad de esa tesis es de suma importancia para nutrir esta investigación, ya que la organización se encarga de atender a personas vulnerables y de sectores populares, con el fin de contribuir con una vida integra e independiente; donde guarda similitud con la organización Trabajo y Persona, objeto de estudio.

Asimismo, dentro del estudio se utilizaron objetivos y herramientas de recolección de datos semejantes a los que llevará a cabo la presente investigación, a partir de las percepciones de los beneficiarios, la

sustentabilidad del proyecto y los criterios de evaluación para la ejecución y capacitación de nuevos emprendedores en condición de discapacidad.

Para la comprensión de la presente investigación se considera pertinente explicar la base teórica que sustenta el desarrollo de la investigación.

Según Berganza y Ruiz, (2005):

El marco teórico es la parte de un proyecto de investigación donde se expone la fundamentación teórica y definición de conceptos con el propósito de que se conozca y se comprenda el qué del contenido y sentido general de la investigación en orden que puedan ser manejados y convertidos posteriormente en *metodología-acción* concreta (p.50).

3.2 Organización no gubernamental (ONG)

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) una Organización No Gubernamental es “cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común”. Es así como las Organizaciones No Gubernamentales llevan a cabo servicios humanitarios, sirven como mecanismo de alerta y apoyan la participación política a nivel de comunidad.

3.3 Comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo trata acerca de un proceso fundamental para los proyectos o labores con fines humanitarios que llevan a cabo las organizaciones, según lo señala UNICEF:

La Comunicación para el desarrollo es uno de los métodos más eficaces en materia de potenciación con respecto al mejoramiento de la salud, la alimentación y otros aspectos fundamentales de la situación de los niños, niñas

y sus familias. La Comunicación para el desarrollo emplea el diálogo y los mecanismos de consulta con los niños, niñas, familias y comunidades (pr. 2).

En pocas palabras, este proceso es fundamental porque permite alcanzar exitosamente los objetivos planteados en los proyectos sociales y contrarrestar alguna problemática, como por ejemplo la vulnerabilidad laboral.

3.4 Vulnerabilidad Laboral

Según Villacís (2015), la vulnerabilidad laboral se puede definir como el incumplimiento de los derechos de los trabajadores. Una situación bastante crítica que enfrentan los individuos en sus respectivos mercados de trabajo.

En América Latina, la noción de vulnerabilidad de los trabajadores se ha visto inmersa dentro de los problemas de pobreza y desigualdad que atraviesan cada uno de los países en el continente; el mercado laboral ha estado ligado a vaivenes de los modelos económicos y sociales, y a los diferentes marcos regulatorios de cada gobierno (p.3).

Debido a estos escenarios, son muchas las empresas u organizaciones que accionan de manera voluntaria, es decir, buscan contribuir con este tipo de situaciones adversas a través de lo que llamamos Responsabilidad Social Empresarial.

3.5 Responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad social empresarial (RSE) se define como "una cultura que, en todas las áreas claves de la gestión y de los resultados empresariales, procura impactar positivamente a todos los públicos afectados por la acción de la empresa" (Pinto, 2007).

Por otra parte, se define la responsabilidad social como "la obligación gerencial que una organización asume de tomar acciones que protegen y mejoran el bienestar de la sociedad y los intereses organizacionales específicamente" Chiavenato (2007).

Tal como se aprecia, la responsabilidad social permite que las empresas contribuyan con sus actos a la construcción de una mejor sociedad.

3.6 Impacto social

De acuerdo con la Asociación Internacional de Evaluación de Impacto (IAIA) el análisis de impacto social se concibe como “los procesos de análisis, monitoreo y gestión de las consecuencias sociales voluntarias e involuntarias de intervenciones planeadas (políticas, programas, planes, proyectos) y todo proceso de cambio social invocado por dichas intervenciones” Vanclay (2015).

3.7 Metodología de enseñanza

La metodología de enseñanza es una interrelación entre maestro y alumno. Se entiende como metodología de enseñanza, según Gutierrez (2018):

El conjunto de métodos, recursos y formas de enseñanza, para llevar a cabo el desarrollo de los contenidos programáticos que conducen el logro de un aprendizaje significativo. (pr.4).

3.8 Desarrollo humano

Tal como lo plantea el Informe Nacional de Desarrollo Humano Guatemala, (2005) el desarrollo humano es un paradigma “Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses” (pr. 1).

Asimismo, es fundamental que el hombre viva una libertad para desarrollar las capacidades y ejercer los derechos, ya que se reafirman mutuamente y ayudan a garantizar el bienestar y la dignidad de todas las personas, forjar el respeto propio y el respeto por los demás (INDH, 2015).

3.9 Sostenibilidad

Según el informe de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo-CMMAD, (1998) el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (pr. 2).

Por otro lado, Macedo, (2005), especialista, UNESCO Santiago, indica que la expresión de desarrollo sustentable es una idea de sentido común “sostenible vendría de sostener cuyo primer significado, de su raíz latina “sustinere”, es sustentar, mantener firme una cosa” intuitivo para deducir “que las civilizaciones indican preservar los recursos”.

3.10 Emprendimiento

“Es la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto”. (Jaramillo, 2008).

Por lo tanto, según Jaramillo (2008) “es la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más.-link: (<https://bit.ly/1M5n47I>).

3.11 Oficio

Asensio, Rodríguez & Castro (2012), definen al oficio “como un conjunto de conocimientos que se adquieren mediante la experiencia, el llamado know-how (saber hacer), y se establece una jerarquía entre los conocimientos teóricos de profesionales expertos y otros, los titulares sólo del conocimiento práctico”. -link: (<https://bit.ly/2E6eKYZ>).

CAPÍTULO IV.

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Modalidad de la investigación

La modalidad en la cual se suscribe el presente Trabajo de Grado es: Estudios de Mercados, según La Modalidad del Trabajo de Grado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB (2017), consiste en:

La medición y análisis de variables pertinentes para el diseño e implementación de estrategias de mercadeo. En esta categoría caen investigaciones que tengan relación con: análisis del entorno, estilos de vida y perfiles de audiencia, hábitos y actitudes de consumo, imagen de marca para productos y servicios, segmentación de mercados, análisis de sensibilidad de precios, posicionamiento de productos, efectividad de medios, actividades promocionales para un producto, impacto de estrategias publicitarias, niveles de recordación, estudios de canales de distribución e investigaciones sobre la fidelidad del consumidor.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos y comunidades que se someten a un análisis.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, el Trabajo de Investigación se situó en la modalidad de investigaciones documentales, descriptivas y explicativas, ya que se pretende analizar el impacto del proyecto Emprendedoras de la Belleza, evaluar su perfil psicográfico, los canales de

comunicación y la percepción; sustentada en los argumentos de las egresadas de la séptima cohorte 2018.

4.2 Tipo de Investigación

La escogencia del tipo de investigación determinará los pasos a seguir del estudio, las técnicas y métodos que puedan emplearse, es decir, determinará todo el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos y la manera de cómo se analizan los datos recaudados (Hernández, Fernández, y Baptista 2010).

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) se establecen estos cuatro tipos de investigación, basándose en la estrategia de investigación que se emplea, ya que "el diseño, los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros componentes del proceso de investigación son distintos en estudios exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos" (p. 114).

A continuación se dará una breve descripción de cada tipo de investigación con el fin de entender mejor la metodología de esta investigación.

- Exploratorios: Cuando se pretende profundizar más acerca de un tema poco conocido o desconocido totalmente, esto con el fin de abordar puntos que no fueron tocados anteriormente, podemos obtener resultados tanto positivos como negativos pero siempre importantes para la investigación.
- Descriptivos: Los estudios descriptivos "miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar" (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.117).

- **Correlacionales:** Estos estudios son los que se encargan de identificar la relación entre dos o más conceptos o variables. Los estudios correlacionales tienen en cierta forma un valor un tanto explicativo, con esto puede conocer el comportamiento de otras variables que estén relacionadas.
- **Explicativas:** Estos estudios son los encargados de explicar porque ocurre uno o más fenómenos, las condiciones en las que este fenómeno se presenta y las variables que se puedan relacionar. Este tipo de investigaciones se realizan con una estructura mayor.

De acuerdo a los diferentes tipos de investigación que los autores, mencionados anteriormente señalan, la investigación que se llevará a cabo, será de tipo exploratorio, puesto que, los estudios exploratorios se emplean cuando el fin es analizar un tema que ha sido poco estudiado, es decir no se ha abordado antes, señala Hernández (2014):

Generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables; o establecen el “tono” de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas. Estas indagaciones se caracterizan por ser más flexibles en su método en comparación con las descriptivas, correlacionales o explicativas, y son más amplias y dispersas (p.91).

Se considera que este trabajo corresponde al tipo de investigación exploratoria, debido a que es un tema que no ha sido abordado con anterioridad en la organización sujeta de estudio, de manera que la investigación puede ser útil como documentación base para futuras exploraciones.

4.3 Definición de Variables

De acuerdo como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014) “una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse” (p. 72).

En el presente trabajo de Investigación las variables seleccionadas para el estudio fueron:

- Perfil psicográfico y demográfico.
- Metodología de enseñanza.
- Aliados.
- Percepción de las egresadas de la séptima cohorte.
- Canales de comunicación.

4.4 Operacionalización de variables

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN							
Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub Indicadores	Ítem	Fuentes
Identificar el perfil psicográfico y demográfico de los públicos de la asociación sujeto de estudio.	Perfil psicográfico y demográfico	El perfil psicográfico corresponde a ciertos atributos que tienen que ver con: pasatiempos, intereses, tendencia política, valores, personalidad, creencias. El perfil demográfico corresponde a cualidades vinculadas con su género, edad, raza o etnia, estado civil, nivel de educación, lugar de residencia. Fuente: (Ferrari, 2018) Link: https://www.cuidatudinero.com/13149025/que-es-un-perfil-de-cliente	Descripción psicológica	Estilo de vida.	Moderno	Instrumento II 1-19	Cuestionario Entrevista
					Conservador		
					Austero		
				Rasgos de Personalidad.	Sociabilidad		
					Responsabilidad		
					Estabilidad emocional		
			Clase social.	Media	Instrumento I 1		
				Media baja			
				Baja			
				Más baja			
			Edad.	18-38			
				39-49			
				50-60			
			Ocupación.	Ama de casas			
				Estudiantes			
Lugar de procedencia.							
Poder Adquisitivo.	Bajos recursos						

Fuente: Elaboración propia (2019)

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub Indicadores	Ítem	Fuentes
Identificar la metodología de enseñanza que lleva a cabo la organización en el proyecto <i>Emprendedoras de la Belleza</i>	Metodología de enseñanza	La metodología de enseñanza es el conjunto de métodos, recursos y formas de enseñanza, para llevar a cabo el desarrollo de los contenidos programáticos que conducen el logro de un aprendizaje significativo. Fuente: Gutiérrez (2018) link: https://www.prensa.com/opinion/Metodologia-ensenanza_0_4945755479.html	Métodos	Demostrativo.	Ejemplos	Instrumento II 2,5,8,9,13.	Entrevista
				Prácticas.	Experimentos		
				Dinámicas de grupos.	Intercambio de ideas		
				Desarrollo de habilidades.	Crear un estilo		
				Tutorías.	Desarrollo del plan de empresa		
				Formación continua.	Duración		
			Contenido.	Peluquería, barbería, peinados, colorimetría, química			
			Recursos	Materiales.	Cepillos, tijeras, planchas, secadores, guantes, toallas		
				Instalaciones equipadas.	Mesas, sillas, lava cabezas, espejos		
				Servicios básicos	Agua y luz		
Ayuda material o monetaria.	Créditos o herramientas de trabajo						

Fuente: Elaboración propia (2019)

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN							
Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub Indicadores	Ítem	Fuentes
Identificar los aliados que hacen sustentable el proyecto de formación de la organización.	Aliados	Los aliados son un conjunto de personas, organizaciones, países u otros, que se unen, se comprometen o hacen un pacto, con la finalidad de juntos lograr un fin común. Esta unión puede ser transitoria o permanente. Fuente: (Diccionario Actual) Link: https://diccionarioactual.com/aliado/	Tipos de socios	Centros de Formación.	INVECAPI	Instrumento I 3.	Entrevista
					Fe y Alegría		
					VEC		
				Universidades.	UCAB		
					USB		
					IUPMA		
					Universidad Monteávila		
				Empresas.	LOREAL Venezuela		
					KAKAO		
					Horizonte		
					DIAGEO		
					La Casa del Chocolate		
				Organizaciones No Gubernamentales.	Fundación Telefónica		
					Orizontti		
					Educrédito		
Fundación Eugenio Mendoza							
					Unión Europea		

Fuente: Elaboración propia (2019)

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN							
Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub Indicadores	Ítem	Fuentes
Conocer la percepción de las egresadas del proyecto <i>Emprendedoras de la Belleza</i> , de la séptima cohorte que lleva a cabo la organización.	Percepción de las egresadas de la séptima cohorte.	Impresión o pensamiento de las mujeres, en condiciones de vulnerabilidad, sobre la experiencia vivida durante la séptima cohorte del proyecto social <i>Emprendedoras de la Belleza</i> . Fuente: Elaboración propia (2019)	Apreciación positiva.	Aprendizaje		Instrumento II 20,21,22,23,24, 27,28,29,32,34.	Cuestionario
				Capacitación.			
				Posibilidad de emprendimiento.	Obtención de microcréditos		
			Apreciación negativa.	Crecimiento personal y/o profesional.			
				Brevedad en la duración del programa.			
				Dificultad de los temas.			
Escasa accesibilidad a las herramientas de trabajo.							

Fuente: Elaboración propia (2019)

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Sub indicadores	Ítem	Fuentes		
Identificar los canales de comunicación utilizados para difundir información sobre el proyecto de formación social y su alcance.	Canales de comunicación	Es el vehículo que transporta los mensajes de la fuente al receptor, es el eslabón físico entre quien envía el mensaje y el receptor del mismo. Fuente: Santillan (2015) Link: https://sites.google.com/site/uceestadisticas/unidad-1/iii-internet-como-herramienta	Tipos de canales.	Comunicación personal.	Boca a boca	Instrumento I 15	Entrevista		
					Llamadas				
					Mensajes de texto				
				Televisión.	Noticiero			Instrumento II 25,26.	Cuestionario
					Programas				
				Radio.	Entrevistas en programas FM				
				Digital.	Correo electrónico				
					Facebook				
					Instagram				
					Boletines				

Fuente: Elaboración propia (2019)

4.5 Población, Unidad de Análisis, Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). Con base en la definición planteada anteriormente, la población a estudiar serán todas las egresadas del proyecto *Emprendedoras de la Belleza* que lleva a cabo Trabajo y Persona.

Una vez definida la población, se procederá a concretar la unidad de análisis. Dado que este proyecto, anteriormente mencionado, se imparte no solo en la Gran Caracas sino en cinco estados del país, para la aplicación de la encuesta se planteará como unidad de análisis a las mujeres que acuden al programa en la sede de INVECAPI, El Rosal.

Finalmente se determinará la muestra la cual es, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), un subgrupo representativo de la población sobre el cual se recolectarán datos. A su vez, estos clasifican las muestras en dos: muestras probabilísticas y no probabilísticas. En las probabilística, los autores explican que las variables se miden con prueba estadísticas en donde cada componente de la población tiene igual probabilidad de ser escogido.

Cabe resaltar que para este trabajo de investigación se preferirá utilizar una muestra no probabilística en la cual según Hernández, Fernández y Baptista (2010), se realiza una “selección informal” ya que “requiere no tanto una representatividad de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema” (p.189-190). Por otro lado, se escogerá una muestra con base en su conocimiento y participación durante la séptima cohorte del proyecto social *Emprendedoras de la Belleza*. De esta forma, la muestra estará conformada por 20 mujeres.

4.6 Técnicas de recolección de datos

La recolección es fundamental para acumular los datos necesarios para la investigación y además es un recurso que facilita al investigador poder acercarse a los problemas y fenómenos y así extraer de ellos toda la información necesaria, señala Fernández, Hernández y Baptista (2014):

Para el enfoque cualitativo, al igual que para el cuantitativo, la recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva (...) (p.397).

Para ese trabajo se empleará la técnica de la entrevista puesto que, es una conversación entre el entrevistado y el investigador que permite obtener y recoger la información necesaria. Consiste en que el entrevistado responda una serie de preguntas, cabe destacar esta puede ser informal, sin estructuración alguna, la cual se le permite al entrevistado responder con más libertad, flexibilidad.

También se empleará un cuestionario a las mujeres del proyecto Emprendedoras de la Belleza, ya que según Chasteauneuf (2009), cp. Fernández, Hernández y Baptista (2010) “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. (p.217).

La escogencia de estas técnicas se debe a que son pocas las personas, que aceptan participar en un grupo focal, por falta de interés, de tiempo o de confianza. Además “el propósito de las entrevistas y cuestionarios es obtener respuestas en el lenguaje y perspectiva del entrevistado” Fernández, Hernández y Baptista (2014).

4.7 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos, se entiende como “el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales...Siendo un instrumento verdaderamente eficaz y con validez, definida como “el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” Hernández, Fernández y Baptista (2014).

4.8 Validación del instrumento

En toda investigación es de gran importancia validar el contenido del instrumento, por ello Hernández, Fernández y Baptista (2010), explican que la validación “se refiere al grado en el que el instrumento realmente mide la variable que pretende medir. (...) es una cuestión más compleja que debe alcanzarse en todo instrumento que se aplica” (p. 201)

Para garantizar que el proceso de recolección de datos posibilite el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se buscó la validación de una experta en el área de Responsabilidad Social Empresarial.

- Xiomara Zambrano: Periodista. Ph.D en Ciencias Sociales (UCV) Coach & Mentor (AICM), Conductora del Programa “Resp Social Hoy” en Fedecámaras Radio. Asesora, profesora e investigadora en Responsabilidad Social y en Comunicación Organizacional.

Por su parte, la profesora Xiomara Zambrano, recomendó modificar la redacción de varias preguntas para mejorar la comprensión del encuestado y del entrevistado.

4.9 Procedimiento

Una vez ajustados los dos instrumentos, las investigadoras procedieron a

1. Contactar a la coordinadora (entrevistada) vía telefónica para acordar la fecha y realizar la entrevista.

2. Enviar el formulario de Google, vía e-mail, a las mujeres del programa.
3. Organizar respectivamente los datos obtenidos de ambos instrumentos.

4.10 Limitaciones

Durante la elaboración del trabajo, las investigadoras se toparon con las siguientes limitaciones:

1. No se logró encuestar a las 20 mujeres sino solo 16 participantes de la séptima cohorte del programa Emprendedoras de la Belleza.

CAPÍTULO V.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Interpretación de resultados

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), tras haber transcrito la entrevista y vaciarla en una matriz, se debe proceder a analizar los resultados obtenidos. Los mismos autores señalan que la “interpretación de resultados de la investigación cuantitativa hecha por instituciones de educación media y superior, centros de investigación, empresas y sindicatos se dispone de un sistema de cómputo para archivar y analizar los datos” (p.272).

Para esta investigación se aplicaron dos instrumentos de recolección de datos. En primer lugar, para una mejor comprensión del estudio los investigadores han construido una matriz de opinión que recoge las respuestas dadas de la siguiente entrevista.

Modelo de Matriz Descriptora de datos

	Pregunta	Entrevistado N°1
N°1		
N°2		

En segundo lugar, se presentarán los datos arrojados por la aplicación del cuestionario a través de la herramienta de Google Forms, donde se expone un análisis estadístico y descriptivo, sobre la opinión de las 20 participantes de la séptima cohorte.

5.2 Matriz descriptora de datos a partir del instrumento N° 1

Pregunta	Entrevistado N°1 Gabriella González
1. ¿A quién va dirigido el programa emprendedoras de la belleza?	Va dirigido a mujeres mayores de edad, que están en situación de vulnerabilidad económica y social.
2. ¿Cuál es el método de enseñanza empleado en el proyecto?	Un método de enseñanza creado por la misma asociación que se llama Emprender 360. Que tiene cuatro aristas, tiene que ver con el área de formación en el emprendimiento, desarrollo humano, tiene que ver con el oficio y finalmente cierra con el acompañamiento.
3. ¿Tienen alianzas con otras organizaciones para llevar a cabo este proyecto?	Sí, este proyecto llevamos alianza con principalmente L'Oreal de Venezuela, pero también con hay una empresa afuera que se llama Horizonte en Italia y eventualmente se hacen alianzas para hacer o dar algunas clases.
4. ¿Emprendedoras de la Belleza tiene un cronograma de actividades?	Sí claro, tiene un cronograma que normalmente se ejecuta o está planificado para que se ejecute en 8 semanas.
5. ¿Qué temas ven durante el curso?	Las áreas, áreas de oficios que tienen que ver propiamente con las cosas de peluquería, tiene área de desarrollo humano, área de emprendimiento y ahí le ponen como un área de coordinación al principio.
6. ¿Cuántos profesores tienen durante la formación?	La última formación contamos con 4 profesores en el área de desarrollo humano y emprendimiento, 1 sola profesora en el área del oficio, que se contrató, y contamos con los voluntarios de L'Oreal que son profesores de L'Oreal, que entrenan a su personal en L'Oreal y ellos se ofrecen a darles clases a las emprendedoras. La última vez dieron clase 3 voluntarios de L'Oreal.
7. ¿Las emprendedoras reciben materiales para trabajar en clase?	Sí, de hecho, ellas no traen prácticamente nada. Todo el material y todo lo que usan se les da. Se usan todos los materiales que tienen que ver con colorimetría, tintes, agua oxigenada, las tijeras, los secadores, peines, cepillos, capas, toallas, absolutamente todo.
8. ¿Cuentan con instalaciones adecuadas a una peluquería para	

realizar el curso?	En INVECAPI nos dan un precio especial y está acondicionado, hay varias estaciones de peluquería allí para trabajar, hay lava cabezas, y tienen aulas para dar clases teóricas.
9. ¿Cuántas egresadas tiene Emprendedoras de la Belleza?	Hasta la fecha, hasta la última cohorte han egresado 121 mujeres.
10. ¿Cuántas de ellas han formalizado su emprendimiento de la mano con la organización?	Alrededor de un 49% de las que han ingresado tienen emprendimientos propios, de autoempleo o son empleadas en alguna peluquería.
11. ¿Les hacen seguimiento a sus egresadas?	Sí de hecho, eso es una de las cosas que diferencia el programa porque nosotros tenemos acompañamiento. Luego que egresan nosotros garantizamos por lo menos un año de acompañamiento. Aunque en realidad, después que se gradúan, las que quedan se han quedado todo el tiempo, desde el 2012, trabajando en el acompañamiento o asistiendo al acompañamiento que les ofrecemos.
12. ¿Les ofrecen a sus egresadas algún tipo de ayuda monetaria o material para la formalización de su proyecto?	Sí, bueno, de hecho, en el acompañamiento una de las cosas que se hace es proveerles de créditos directos o indirectos. O sea, a veces se les busca crédito a través de Emprender 360, a través de Trabajo y Persona no, porque nosotros somos sin fines de lucro. Se les busca la ayuda, se les hace el estudio económico y es viable.
13. ¿Qué medios utiliza la organización para difundir la información sobre el curso?	Bueno se hace por redes sociales, también en los centros de formación como INVECAPI donde se dan las clases y se ponen a la orden las planillas para que se llenen las planillas de prescripciones... Se enteran por boca de otro o vía correo electrónico.

Fuente: Elaboración propia (2019)

5.3 Interpretación de resultados, a partir del instrumento N° I

Para la pregunta N°1: ¿A quién va dirigido el programa emprendedoras de la belleza?

La entrevistada señala que el programa *Emprendedoras de la Belleza* está destinado a mujeres en situación de vulnerabilidad económica y social.

Para la pregunta N°2: ¿Cuál es el método de enseñanza empleado en el proyecto?

La entrevistada indica que la propia organización diseñó una metodología de enseñanza denominada *Emprender 360* que engloba varias áreas del conocimiento: desarrollo humano, oficio, emprendimiento y acompañamiento.

Para la pregunta N°3: ¿Tienen alianzas con otras organizaciones para llevar a cabo este proyecto?

La entrevistada califica de forma asertiva a la pregunta, argumentando que el programa tiene como aliado principal L'Oreal de Venezuela y una organización italiana llamada Horizonte.

Para la pregunta N°4: ¿Emprendedoras de la Belleza tiene un cronograma de actividades?

La entrevistada menciona que la organización realiza una planificación para ejecutarse en 8 semanas.

Para la pregunta N°5: ¿Qué temas ven durante el curso?

La entrevistada detalla que los temas que se imparten durante la formación se dividen en las áreas, las que son propiamente del oficio de peluquería, emprendimiento, desarrollo humano y coordinación.

Para la pregunta N°6: ¿Cuántos profesores tienen durante la formación?

La entrevistada señaló que la formación contó con 4 profesores de desarrollo humano y emprendimiento, 1 en el área del oficio y 3 profesionales voluntarios de L'Oreal.

Para la pregunta N°7: ¿Las emprendedoras reciben materiales para trabajar en clase?

La entrevistada expresó que todos los materiales utilizados en clase por las emprendedoras se los provee la organización.

Para la pregunta N°8: ¿Cuentan con instalaciones adecuadas a una peluquería para realizar el curso?

La entrevistada indica que el centro de capacitación IVECAPI, con la que tienen alianza, le ofrece espacios adaptados a un salón de peluquería y aulas equipadas para dar clase teóricas.

Para la pregunta N°9: ¿Cuántas egresadas tiene Emprendedoras de la Belleza?

La entrevistada señaló que hasta la fecha tienen 121 egresadas del programa.

Para la pregunta N°10: ¿Cuántas de ellas han formalizado su emprendimiento de la mano con la organización?

La entrevistada mencionó que el 49% de las egresadas tienen un emprendimiento o auto empleo y otras de ellas se emplearon en una peluquería.

Para la pregunta N°11: ¿Les hacen seguimiento a sus egresadas?

La entrevistada explicó que el seguimiento es una característica diferenciadora de otros programas porque la organización garantiza un año de acompañamiento junto al egresado y continuar con su formación.

Para la pregunta N°12: ¿Les ofrecen a sus egresadas algún tipo de ayuda monetaria o material para la formalización de su proyecto?

La entrevistada señaló que la organización, en el proceso de acompañamiento, les provee de créditos directos e indirectos a sus egresadas a través de un estudio económico y la viabilidad del proyecto.

Para la pregunta N°13: ¿Qué medios utiliza la organización para difundir la información sobre el curso?

La entrevistada indicó que los medios más utilizados para difundir la información sobre el curso son las redes sociales, el centro de formación INVECAPI, boca a boca y el correo electrónico.

5.4 Matriz descriptora de datos a partir del instrumento N° II

1. Nacionalidad

Nacionalidad

16 respuestas

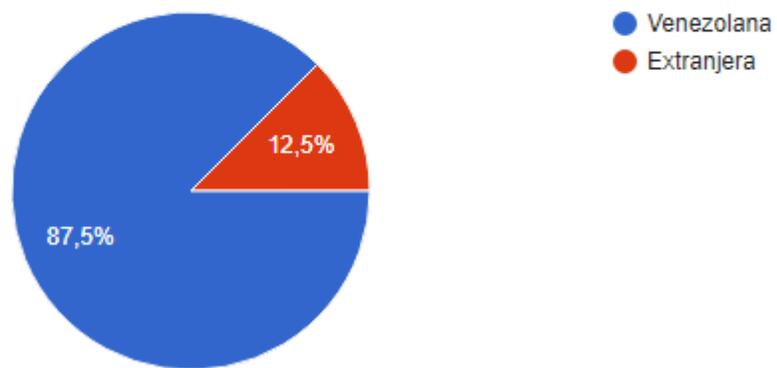


Gráfico N° 1. Nacionalidad

Catorce de las participantes (87,5%) indicaron que son de nacionalidad venezolana; mientras que dos (12,5%) señalan ser extranjeras.

2. Edad

Edad

16 respuestas

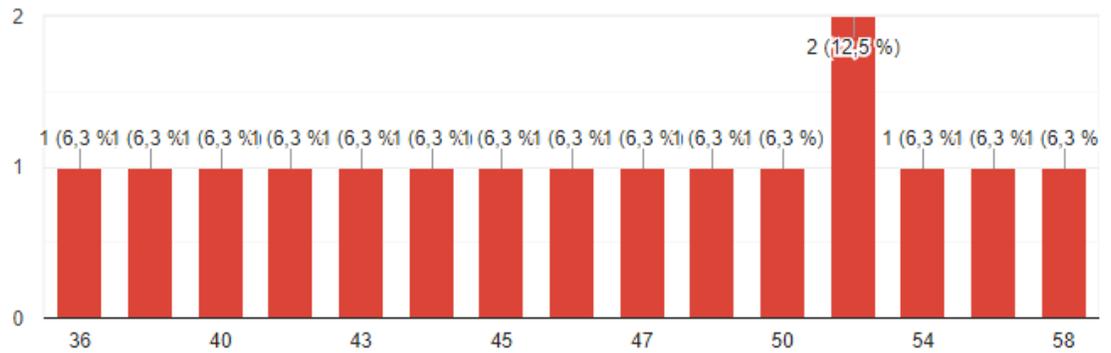


Gráfico N° 2. Edad

Once participantes (6.3%) señalan que su edad se encuentra en un rango de 36 a 50 años; mientras dos (12,5%) de las participantes coinciden en tener 51 años y tres de ellas indican que su edad está entre los 54 y 58 años con un 6.3%.

3. Estado civil

Estado civil

16 respuestas

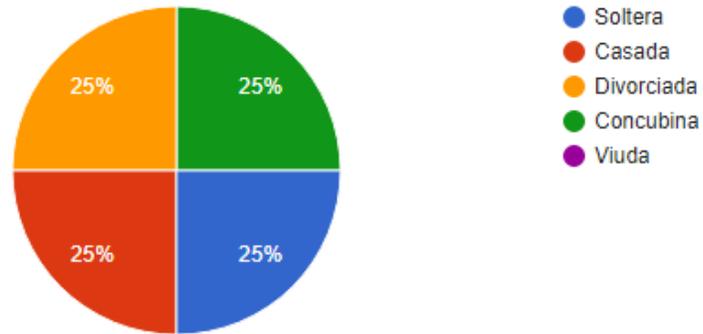


Gráfico N° 3. Estado civil

La encuesta señala, que el estado civil de cuatro de las emprendedoras (25%) son divorciadas; otras cuatro (25%) indican ser concubina; el tercer grupo de cuatro mujeres (25%) son casadas y el cuarto grupo de cuatro mujeres (25%) expresan ser solteras.

4. Lugar de nacimiento

Lugar de nacimiento

15 respuestas

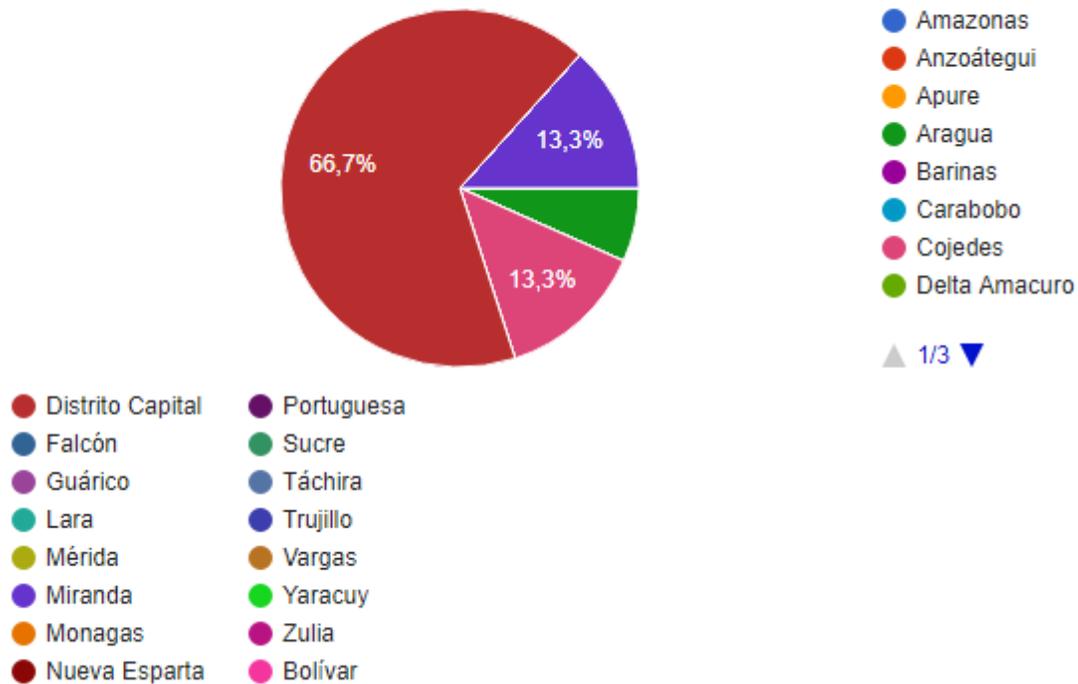


Gráfico N° 4. Lugar de nacimiento.

El lugar de origen de diez participantes (66,7%) es el Distrito Capital; mientras que dos de ellas (13,3%) señalan ser del Estado Miranda; otras dos participantes (13,3%) pertenecen al Edo. Cojedes; una de ellas (6,7%) proviene del Estado Aragua y hubo una abstención.

5. Dirección de habitación

Dirección actual de habitación

16 respuestas

San Antonio de los Altos
Barrio 5 de julio calle principal casa 25-09
Encarnación a San José, EDF. L.B.C, piso 2, apto 6
El junquito
Caracas
Av. El paseo, los rosales
Carretera vieja Caracas la Guaira
Santa Mónica, calle Suapure, residencias Río Tui
Catia, las casitas, callejón 11.
El valle, calle principal de los jardines, edificio María Nieves
Montalban
San bernardino
Guareas
San José de Cotiza
Av sur 5 parroquia catedral
Las minas de baruta

Tabla Nº 2. Dirección de habitación

La ubicación de las distintas participantes es la siguiente: San Antonio de los Altos, Barrio 5 de Julio, Encarnación de San José, El Junquito, Caracas, Los Rosales, Carretera vieja Caracas la Guaira, Santa Mónica, Catia, El Valle, Montalbán, San Bernardino, Guarenas, San José de Cotiza, Catedral y Las Minas de Baruta.

6. ¿Es usted jefe de hogar?

¿Es usted jefe de hogar?

16 respuestas

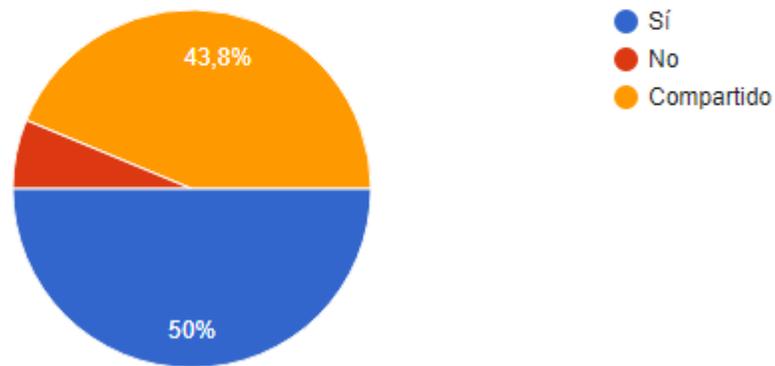


Gráfico N° 5. Jefe de hogar

Ocho egresadas (50%) indican que son jefes de hogar; siete egresadas (43.8%) mencionan que es compartido y una egresada (6.3%) dice que no es jefe de hogar.

7. ¿Número de personas a su cargo?

Número de personas a su cargo

16 respuestas

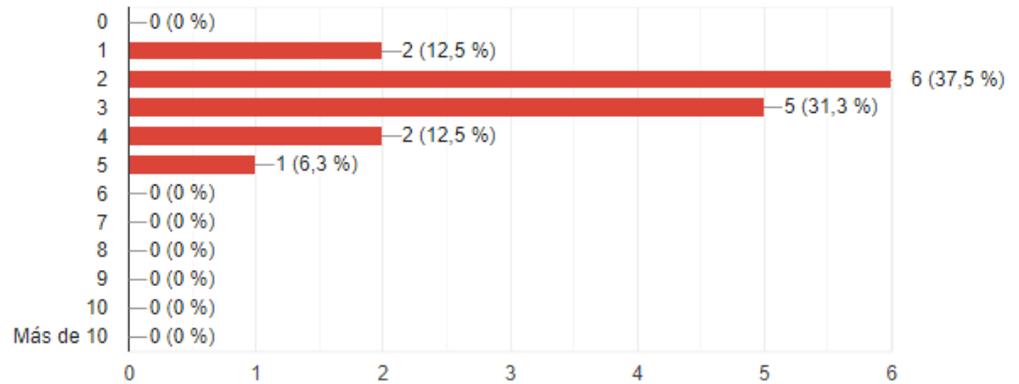


Gráfico N° 6. Personas a cargo

Seis participantes (37.5%) señalan tener dos personas a su cargo; cinco participantes (31.3%) indican tener tres personas a su cargo, dos participantes (12.5%) indican tener cuatro personas, otras dos (12.5%) dicen estar a cargo de una persona y una participante (6.3%) indica tener cinco personas a su cargo.

8. ¿Número de hijos?

Número de hijos

16 respuestas

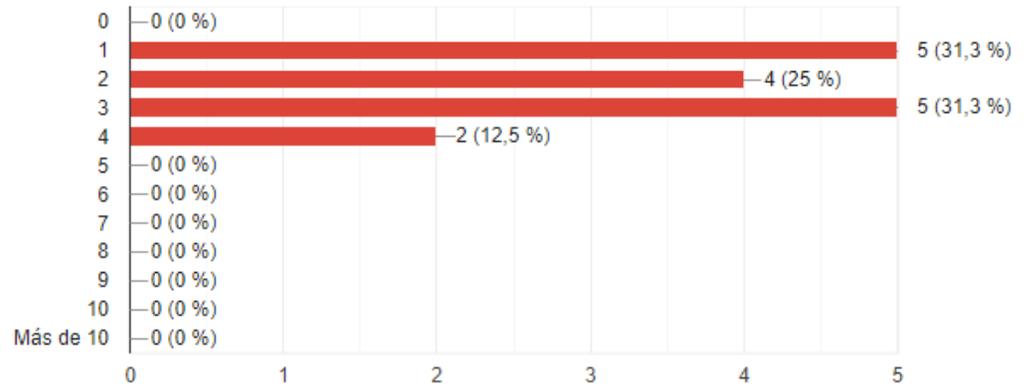


Gráfico Nº 7. Hijos

Cinco participantes (31.3%) indican tener tres hijos, otras cinco participantes (31.3%) señalan tener un hijo; cuatro participantes (25%) dicen tener dos hijos y dos participantes (12,5%) mencionan tener cuatro hijos.

9. ¿Le gusta maquillarse?

¿Le gusta maquillarse?

16 respuestas

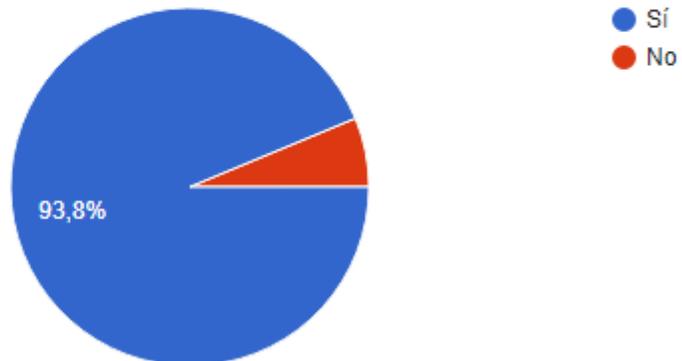


Gráfico N° 8. Maquillaje

15 egresadas (93%8) mencionan que les gusta maquillarse, mientras que 1 (6.3%) dice que no le gusta maquillarse.

10. ¿Con qué frecuencia lo hace?

¿Con qué frecuencia lo hace?

16 respuestas

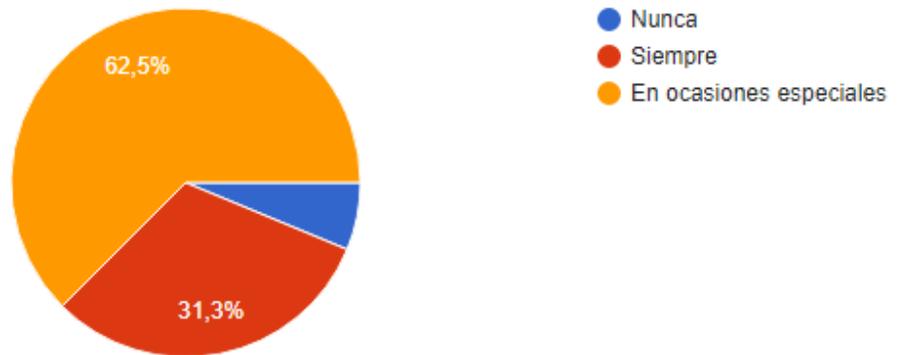


Gráfico N° 9. Frecuencia del maquillaje

Diez participantes (62,5%) señalan que se maquillan en ocasiones especiales, mientras que cinco participantes (31,3%) expresan que se maquillan siempre y una de las participantes (6,3%) menciona no maquillarse nunca.

11. ¿Estudia actualmente?

¿Estudia actualmente?

16 respuestas

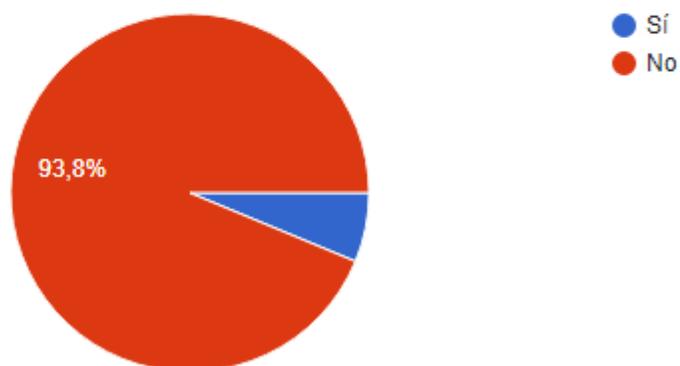


Gráfico N° 10. Estudia actualmente

15 encuestadas (93,8%) mencionan no estudiar actualmente, por otro lado, una egresada (6.3%) dice que sí se encuentra estudiando actualmente.

12. Si la respuesta es sí, ¿Qué estudia?

Administración de empresas

Tabla N° 3. Qué estudia

La encuestada que señaló que sí estudia indica cursar Administración de Empresas.

13. ¿Cuál es su situación laboral actual?

¿Cuál es su situación laboral actual?

16 respuestas

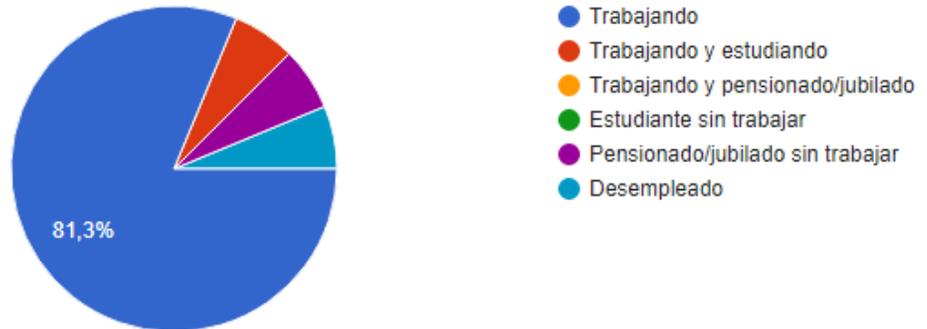


Gráfico N° 11. Situación laboral

13 participantes (81.3%) indican estar trabajando actualmente; una participante (6.3%) señala estar trabajando y estudiando; una participante (6.3%) menciona ser pensionado/jubilado sin trabajar y una participante (6.3%) expresa estar desempleada.

14. Si está trabajando, ¿Qué tipo de trabajo realiza?

Si está trabajando, ¿Qué tipo de trabajo realiza?

16 respuestas

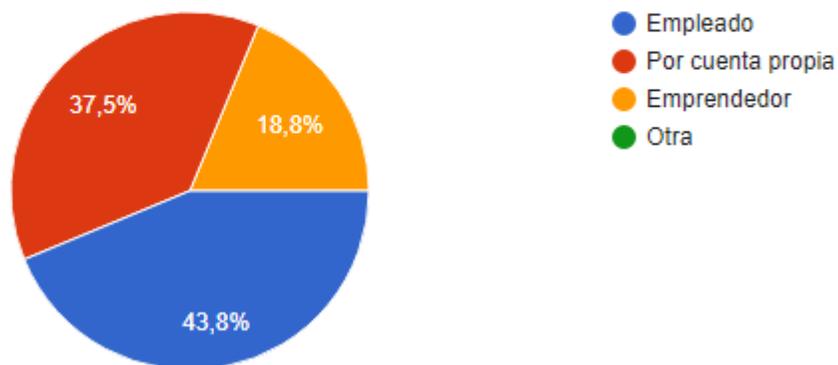


Gráfico N° 12. Trabajo que realiza

Siete participantes (43.8%) expresan estar trabajando como empleadas; otras seis participantes (37.5%) señalan que trabajan por cuenta propia y tres participantes (18,8%) mencionan ser emprendedoras.

15. ¿Se considera trabajadora y echada para adelante?

¿Se considera trabajadora y echada para adelante?

16 respuestas

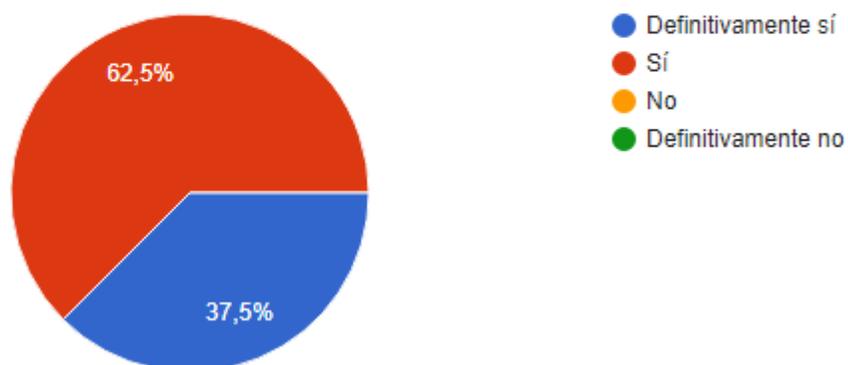


Gráfico N° 13. Se considera echada para adelante

10 mujeres (62,5%) indican que Sí son echadas para adelante, por otro lado, seis mujeres (37,5%) señalan que Definitivamente Sí son echadas para adelante.

16. ¿Confía mucho en sí misma?

¿Confía mucho en sí misma?

16 respuestas

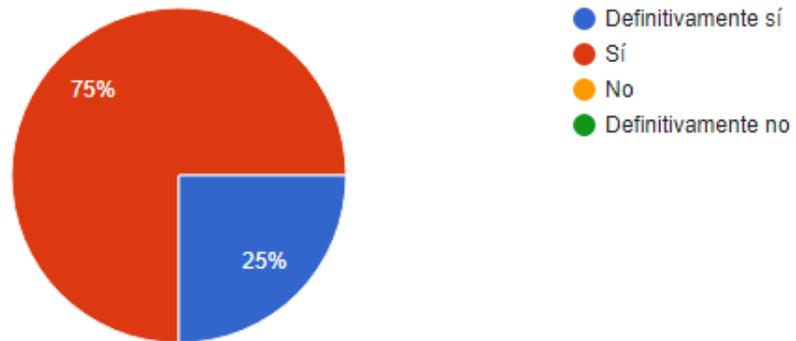


Gráfico Nº 14. ¿Confía mucho en sí misma?

12 participantes (75%) mencionan que Sí confían en sí misma, mientras que cuatro participantes (25%) afirman que Definitivamente Sí confían en sí misma.

17. ¿Suele ser líder de opinión en su entorno?

¿Suele ser líder de opinión en su entorno?

16 respuestas

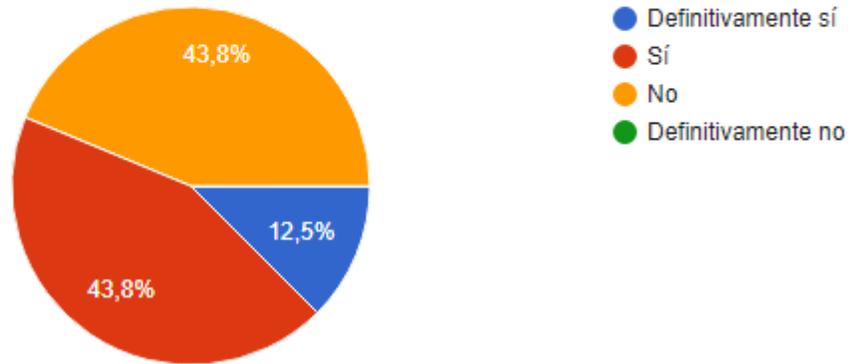


Gráfico N° 15. Líder de opinión

Siete mujeres (43.8%) señalan que Sí suelen ser líder de opinión en su entorno, por otro lado, existen siete mujeres (43.8%) que consideran No ser líder de opinión y solo dos (12,5%) indican que Definitivamente sí suelen ser líder de opinión en su entorno.

18. ¿Considera los estudios cómo parte importante de su desarrollo personal?

¿Considera los estudios como parte importante de su desarrollo personal?

16 respuestas

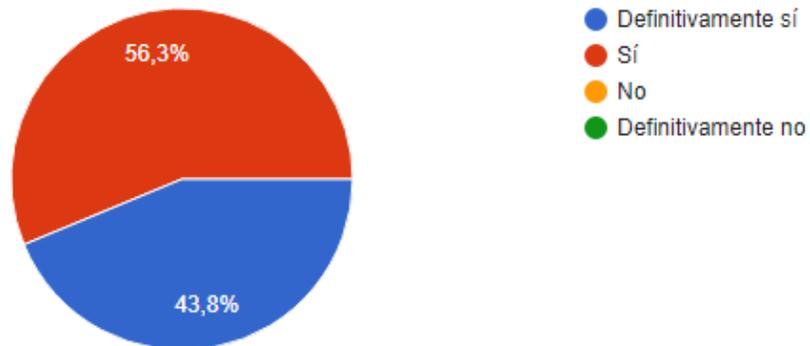


Gráfico N° 16. ¿Los estudios como parte de su desarrollo?

Nueve participantes (56.3%) expresan que Sí, los estudios son importante para su desarrollo personal, mientras que siete participantes (43.8%) afirman que Definitivamente sí es parte importante para su desarrollo personal.

19. ¿Le resulta difícil plantearse retos o tomar riesgos?

¿Le resulta difícil plantearse retos o tomar riesgos?

16 respuestas

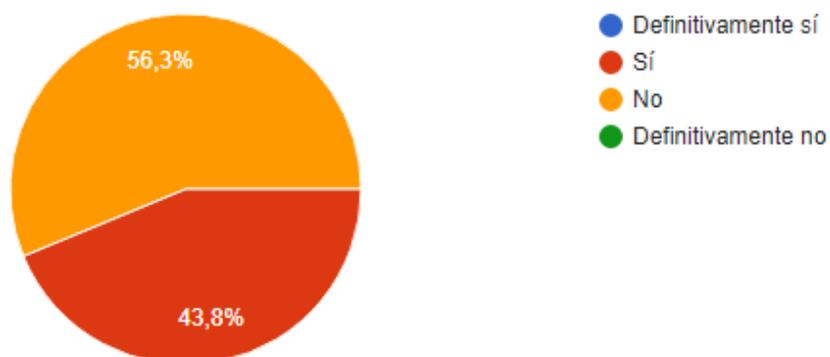


Gráfico Nº 17. ¿Difícil plantearse retos y riesgos?

Nueve mujeres (56.3%) afirman que No les resulta difícil plantearse retos, mientras que siete mujeres (43.8%) mencionan que Sí les resulta difícil plantearse y tomar riesgos.

20. ¿Qué le pareció el contenido impartido en clase?

¿Qué le pareció el contenido impartido en clase?

16 respuestas

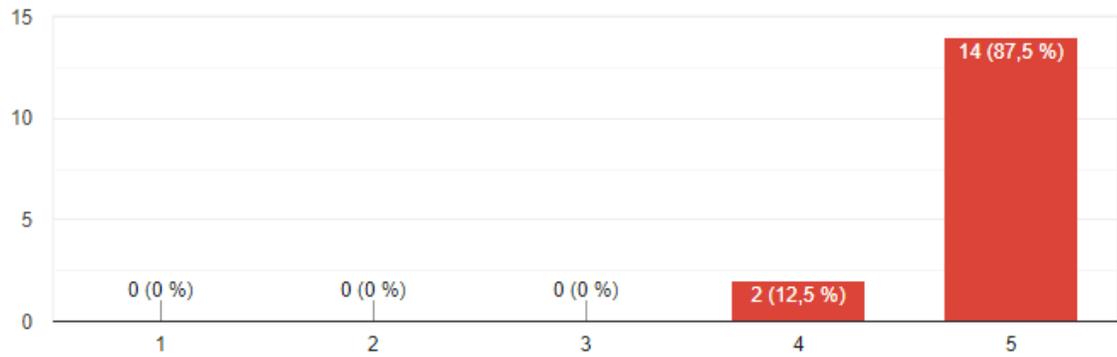


Gráfico N° 18. ¿Qué le pareció el contenido impartido en clase?

14 participantes (87.5%) calificaron Muy bueno el contenido y dos participantes (12,5%) calificaron como Bueno el contenido impartido en clase.

21. ¿Considera que las herramientas utilizadas en el programa fueron...?

¿Considera que las herramientas utilizadas en el programa fueron...?

16 respuestas

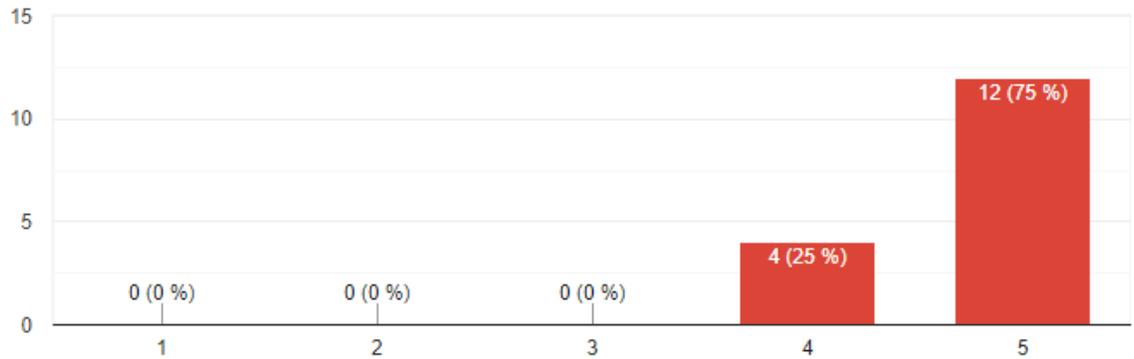


Gráfico N° 19. Materiales utilizados

12 participantes (75%) calificaron Muy bueno las herramientas utilizadas en el programa y cuatro participantes (25%) calificaron Bueno las herramientas utilizadas en el programa.

22. ¿La puntualidad de los instructores fue...?

¿La puntualidad de los instructores y docentes fue...?

16 respuestas

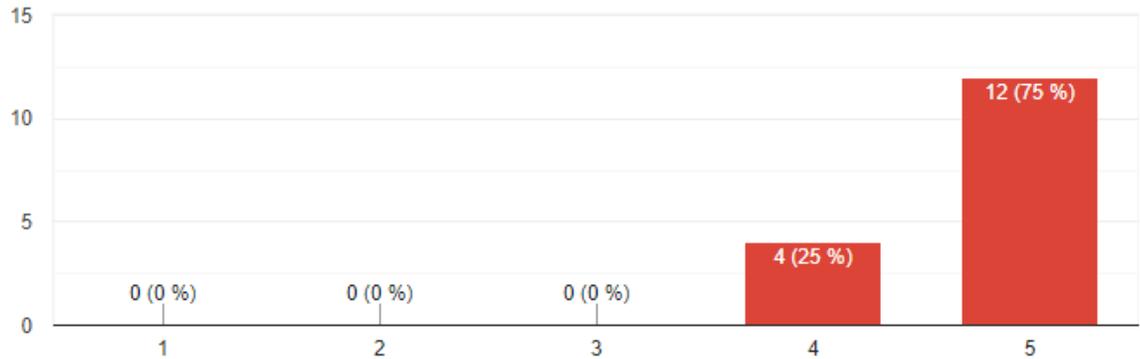


Gráfico N° 20. Puntualidad de los instructores

12 mujeres (75%) calificaron la puntualidad de sus instructores Muy buena, mientras que cuatro mujeres (25%) calificaron como Bueno la puntualidad de los instructores.

23. ¿Las condiciones del lugar donde recibió las clases son...?

¿Las condiciones del lugar donde recibió las clases son...?

16 respuestas

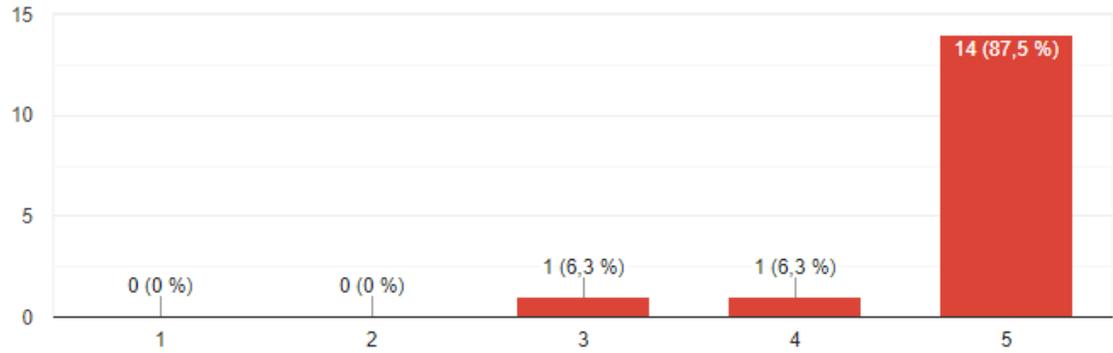


Gráfico Nº 21. Condiciones del lugar donde recibió las clases

14 participantes (87.5%) calificaron el lugar Muy bueno, mientras una emprendedora (6.3%) calificó como Bueno y una emprendedora (6.3%) calificó como Regular las condiciones del lugar donde recibió las clases.

24. ¿Recomendaría a otras mujeres realizar este curso?

¿Recomendaría realizar este curso a otras mujeres?

16 respuestas

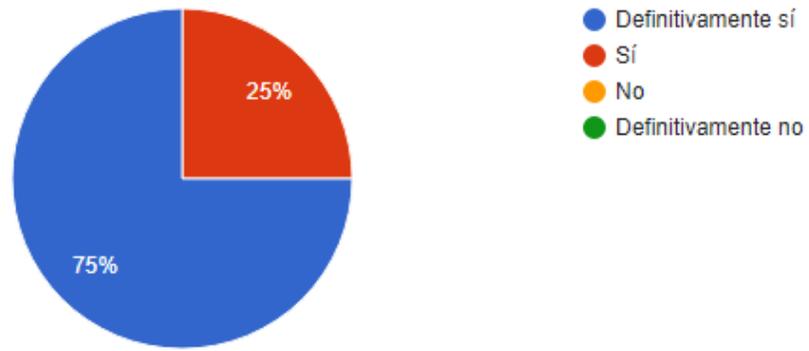


Gráfico Nº 22. ¿Recomendaría este curso a otras mujeres?

12 participantes (75%) señalan que Definitivamente sí recomendarían este curso a otras mujeres, mientras cuatro participantes (25%) dice que Sí lo recomendaría a otras mujeres.

25. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?

¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?

16 respuestas

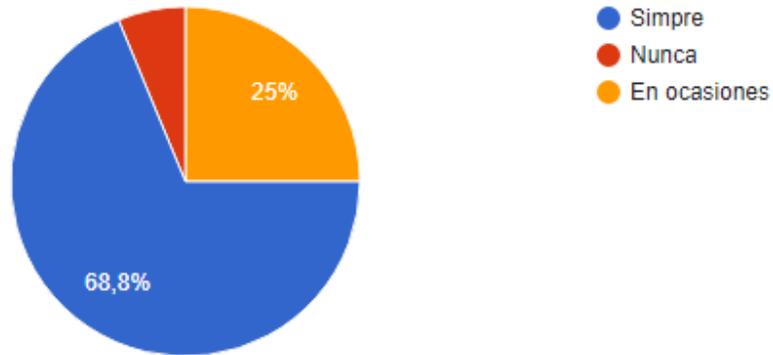


Gráfico N° 23. Uso de redes sociales

11 encuestadas (68%) señalan que utilizan las redes sociales Siempre, mientras cuatro encuestadas (25%) indican que lo utilizan En ocasiones y una encuestada (6.3%) señala que Nunca utiliza las redes sociales.

26. ¿Por cuál medio se enteró del curso Emprendedoras de la Belleza?

¿Por cuál medio se enteró sobre el curso Emprendedoras de la Belleza?

16 respuestas

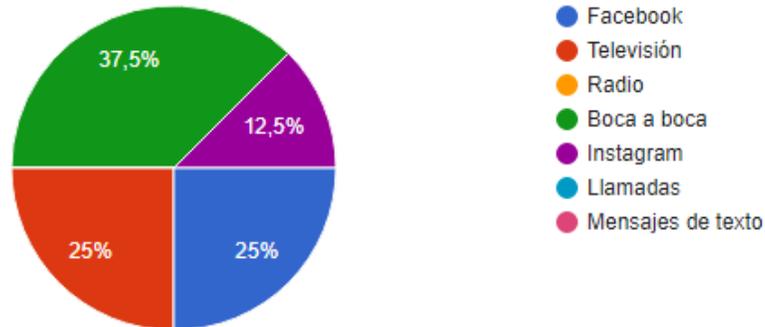


Gráfico N° 24. Medio por donde se enteró del curso

La gráfica señala que seis participantes (37.5%) se enteraron sobre el curso a través del Boca a boca; mientras que cuatro participantes (25%) se enteraron por Televisión; otras cuatro participantes (25%) indican que fue a través de Facebook y dos participantes (12.5%) señalan que fue por medio de la Red Social Instagram.

27. ¿Qué la motiva a emprender?

¿Qué lo motiva a emprender?

16 respuestas

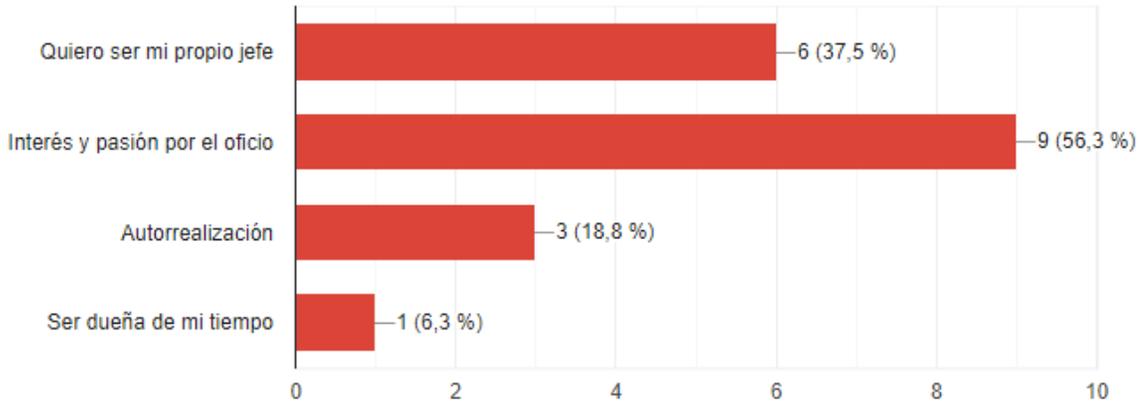


Gráfico N° 25. Motivación para emprender

Nueve mujeres (56.3%) señalan que la motivación por emprender se da por interés y pasión por el oficio, seis mujeres (37.5%) indican que quieren ser sus propios jefes, tres mujeres (18.8%) lo hacen por autorrealización y una mujer (6.3%) la motiva para ser dueña de su tiempo.

28. ¿Qué la motivó a iniciar este curso?

¿Qué la motivó a iniciar este curso?

16 respuestas

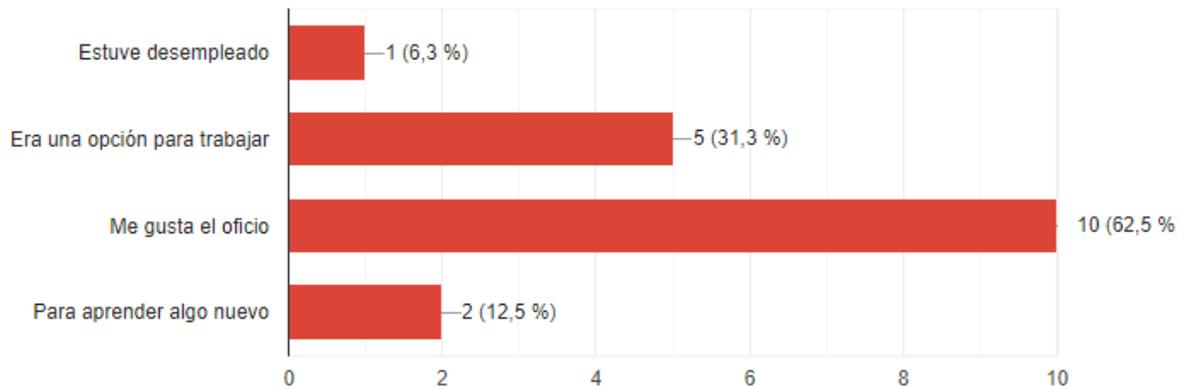


Gráfico N° 26. Motivación para iniciar el curso

Diez participantes (62.5%) señalaron que lo que las motivó a iniciar este curso es que le gusta el oficio; cinco participantes (31.3%) indican que era una opción para trabajar; dos participantes (12.5%) mencionan que fue por aprender algo nuevo y una participante (6.3%) mencionó que estuvo desempleada y por eso se motivó a iniciar este curso.

29. ¿Qué obtuviste de este programa?

¿Qué obtuviste de este programa?

16 respuestas

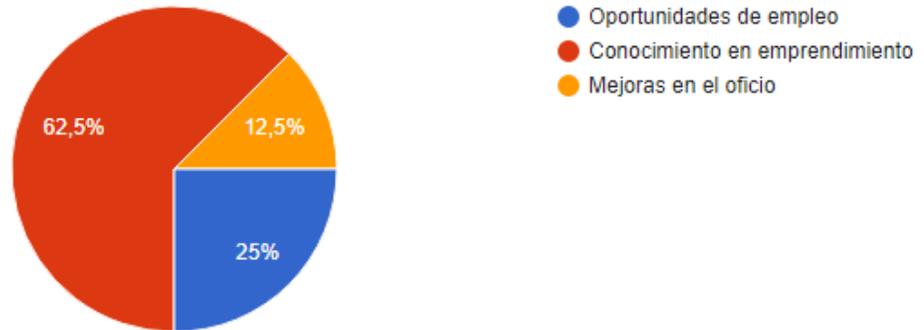


Gráfico N° 27. Obtenciones del programa

Diez mujeres (62.5%) obtuvieron del programa conocimientos en emprendimiento; cuatro mujeres (25%) obtuvieron oportunidades de empleo y dos mujeres (12.5%) adquirieron mejoras en el oficio.

30. ¿Luego de haber culminado el curso, mantiene contacto con la organización?

¿Luego de haber culminado el curso, mantiene contacto con la organización?

16 respuestas

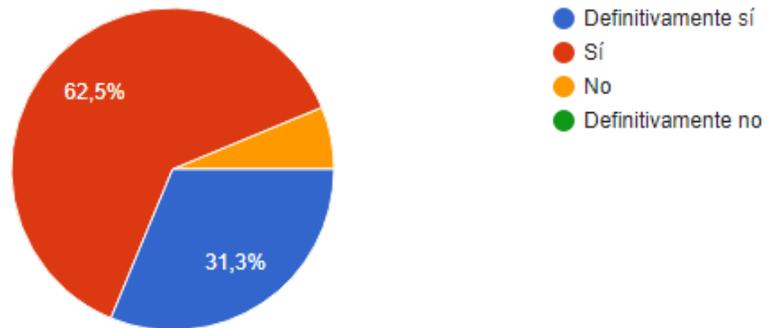


Gráfico N° 28. ¿Mantiene contacto con la organización?

De forma afirmativa diez participantes (62.5%) señalan que Sí mantienen comunicación con la organización, otras cinco participantes (31.3%) mencionan que Sí mantienen contacto con la organización y una participante (6.3%) dice que no mantiene contacto con la organización.

31. ¿Recibió alguna ayuda económica o material de la organización?

¿Recibió alguna ayuda económica o material de la organización?

16 respuestas

no
No
No
No, pero sería muy bueno poder recibir algún tipo de financiamiento para obtener materiales de trabajo
No, actualmente
No esta ayuda nunca la ofrecieron
Si
Sí, me ayudaron a pagar otros cursos para seguir formándome
si
no pero me ayudaron a conseguir trabajo

Tabla Nº 4. Ayuda monetaria o material

13 participantes expresaron no haber recibido ayuda económica ni material, sin embargo, una de ellas menciona que sería bueno poder recibir este tipo de colaboraciones y otra de ellas indica que nunca le ofrecieron esta ayuda. Por otro lado, existen tres participantes que sí recibieron colaboración por parte la organización.

32. ¿Qué no te gustó del proyecto?

¿Qué no te gustó del proyecto?

16 respuestas

Las practicas fueron muy pocas
Que el contenido en los oficios debería ser más práctico y más largo. Demasiada teoría en la parte de emprendimiento y persona y para trabajar en la calle en un área tan competitiva como la belleza se necesita tener dominio perfecto de todas las técnicas de peluquería y maquillaje. En pocas palabras más práctica menos teoría
Todo me gusto
Considero que hay falta de horas académicas en la parte practica del oficio
Fueron pocas horas de práctica.
Fue muy corto.
No dieron muchas clases prácticas fue mucha teoría
Que fue muy corto
Todo me gusto
Los horarios de clases, no podía faltar porque no me daban el certificado
Las horas de clases me chocaban con el trabajo
Que no tuvimos mas clases practicas
que fuese muy corto
fue muy corto
me gusto todo
que no te regalan las herramientas de trabajo

Para esta pregunta las investigadoras consideraron realizar una matriz que agrupa las respuestas de las encuestadas en categorías representativas, tales como: Contenido, Tiempo de duración, A gusto con el proyecto, Horarios, y Herramientas de trabajo.

Tabla N° 5. Lo que no le gustó del proyecto

Categorías	Respuesta de las encuestadas
Contenido	Las practicas fueron muy pocas.
	Que el contenido en los oficios debería ser más práctico y más largo. Demasiada teoría en la parte de emprendimiento y persona y para trabajar en la calle en un área tan competitiva como la belleza se necesita tener dominio perfecto de todas las técnicas de peluquería y maquillaje. En pocas palabras más práctica menos teoría.
	Considero que hay falta de horas académicas en la parte práctica del oficio.
	Fueron pocas horas de práctica.
	No dieron muchas clases prácticas fue mucha teoría.
	Que no tuvimos más clases prácticas.
Tiempo de duración	Fue muy corto.
	Que fue muy corto.
	Que fuese muy corto.
	Fue muy corto.
A gusto con el proyecto	Todo me gustó.
	Todo me gustó.
	Me gustó todo.
Horarios	Los horarios de clases, no podía faltar porque no me daban el certificado.
	Las horas de clases me chocaban con el trabajo.
Herramientas de trabajo	Que no te regalan las herramientas de trabajo.

Fuente: Elaboración propia (2019), a partir de Google Forms.

Seis participantes (37.5%) expresaron que hubo muchas clases teóricas y muy pocas clases prácticas; cuatro participantes (25%) señalaron que el curso fue muy corto; por otro lado, tres participantes (18.75%) indicaron sentirse a gusto con el proyecto; otras dos participantes (12.5%) señalaron que el horario no es favorecedor para ellas y una participante (6.25%) agregó que le gustaría que le obsequiaran las herramientas de trabajo.

33. ¿Qué recomendaciones le daría a la organización?

¿Qué recomendaciones le daría a la organización?

16 respuestas

Mas practicas

En primer lugar que se apoyen mucho mas en las emprendedoras super talentosas que tienen entre sus filas de egresadas ofrezcan la oportunidad de dictar talleres a sus compañeras, presionen un poco y saquenlas de su zona de confort, muchas no lo hacen por miedo al ridículo, desconocimiento y hasta por falta de recursos pero son realmente brillantes! Sólo necesitan un empujoncito.

Y por otra parte qué alarguen más el tiempo del curso y se enfoquen en dar muchisima más práctica a las participantes es verdaderamente necesario. Y de hacerlo darnos la oportunidad a las egresadas de completar las horas de prácticas

Post: Todo el éxito para ti Audis un abrazo fuerte!

Sigan así como van, ayudando al bien común

Seguir adelante en su labor en Venezuela para el crecimiento de la mujer

Que incluya la parte de peinados en el proyecto y que aumente las horas de práctica.

Que fuese más largo y con mayor contenido.

Más clases prácticas y

Que fuese más largo y con más contenidos de peluquería

Que podamos aprender otros oficios

Ser más flexible con los horarios porque uno hace otras cosas para tener dinero

Crear los cursos sabatinos

Incluir mas clases practicas y menos teoria

Implemenatr más horas de clase

tener mas clases practicas

que sea más visible al publico

Que regalen por lo menos las tijeras aquellas que no tenemos como comprar

Para esta pregunta las investigadoras consideraron realizar una matriz que agrupa las respuestas de las encuestadas en categorías representativas, tales como: Horas de clase, nuevos horarios de clase, nuevos contenidos, apoyo de egresadas, a gusto con la organización, herramientas de trabajo.

Tabla N° 6. Recomendaciones a la organización

Categorías	Respuestas de las encuestadas
Horas prácticas	Más prácticas.
	Más clases prácticas y.
	Incluir más clases prácticas y menos teoría.
	Implementar más horas de clase.
	Tener más clases prácticas.
Nuevos contenidos	Que incluya la parte de peinados en el proyecto y que aumente las horas de práctica.
	Que fuese más largo y con mayor contenido.
	Que fuese más largo y con más contenidos de peluquería.
	Que podamos aprender otros oficios.
Nuevos horarios de clases	Ser más flexible con los horarios porque uno hace otras cosas para tener dinero.
	Crear los cursos sabatinos.
A gusto con la organización	Sigan así como van, ayudando al bien común.
	Seguir adelante en su labor en Venezuela para el crecimiento de la mujer.
Apoyo de egresadas	En primer lugar que se apoyen mucho mas en las emprendedoras súper talentosas que tienen entre sus filas de egresadas ofrezcan la oportunidad de dictar talleres a sus compañeras, presionen un poco y sáquenlas de su zona de confort, muchas no lo hacen por miedo al ridículo, desconocimiento y hasta por falta de recursos pero son realmente brillantes! Sólo necesitan un empujoncito.
Herramientas de trabajo	Que regalen por lo menos las tijeras aquellas que no tenemos como comprar.
Visibilidad	Que sea más visible al público.

Fuente: Elaboración propia (2019), a partir de Google Forms.

Cinco egresadas (31,25%) recomiendan extender las horas de clases prácticas y disminuir las clases teóricas; cuatro egresadas (25%) recomiendan incluir nuevos contenidos de peluquería dentro del pensum; por otro lado, dos egresadas (12,5%) invitan a la organización a crear nuevos horarios de clases como sabatinos e inter diarios, dos egresadas (12,5%) expresan que continúen promoviendo iniciativas que favorezcan al bien común, una egresada (6,25%) sugiere a la organización que se apoyen en las egresadas de las cohortes pasadas, una egresada más (6,25%) recomienda obsequiar a las participantes las herramientas de trabajo y una última egresada (6,25%) sugiere a la organización que tengan más visibilidad ante el público.

34. ¿Formalizó su emprendimiento?

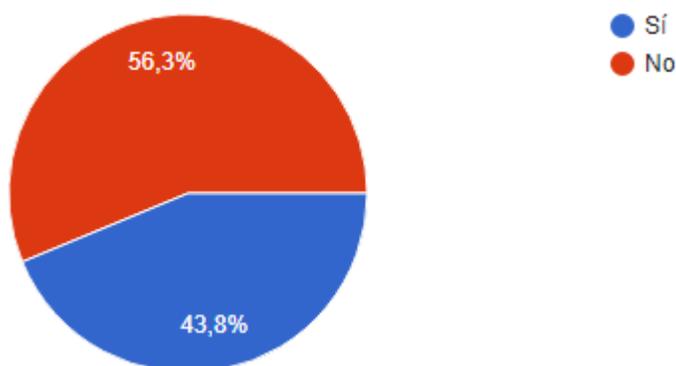


Gráfico Nº 29. Formalizó el emprendimiento

Nueve participantes (56.3%) no formalizaron su emprendimiento. Sin embargo, siete mujeres (43.8%) sí lograron formalizar su emprendimiento.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Luego de analizar la información obtenida a través de los instrumentos utilizados, las investigadoras concluyen que, en relación al análisis del impacto social de la Asociación Civil Trabajo y Persona en las mujeres de la séptima cohorte de emprendedoras de la belleza en condiciones de vulnerabilidad del Distrito Capital, el proyecto ha generado una buena receptividad en la vida de 16 mujeres que, gracias a las herramientas y conocimientos adquiridos, actualmente cuentan con emprendimientos y habilidades que les permite seguir creciendo y desarrollando la cultura de trabajo.

En cuanto al primer objetivo específico: identificar el perfil psicográfico y demográfico de los públicos de la asociación sujeto de estudio, entendiendo según Ferrari (2018), el perfil psicográfico como aquellos atributos que tienen que ver con: pasatiempos, intereses, tendencia política, valores, personalidad, creencias; y el perfil demográfico a cualidades vinculadas con género, edad, raza o etnia, estado civil, nivel de educación, lugar de residencia; se concluye que según la dimensión de descripción antropológica del cuadro de operacionalización, la séptima cohorte del programa Emprendedoras de la Belleza, con un 87,5%, estuvo conformado por mujeres venezolanas; 66,7% de ellas nacieron en el Edo. Distrito Capital, con edades comprendidas entre 36 a 58 años de edad.

En relación al origen de las participantes se concluyó que ocho (50%) pertenecen al municipio Libertador; seis participantes (37.5%) al municipio Sucre; una egresada (6.25%) al municipio Baruta; y otra participante (6.25%) proviene de la carretera Caracas la Guaira. Es importante resaltar que, según el

indicador, clase social, las mismas se clasifican en los sub indicadores clase media baja y baja, puesto que el 50% de las egresadas son jefas de hogar, algunas son empleadas y otras tienen un emprendimiento, es decir, tienen la capacidad de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta como el inicio de una empresa o proyecto, según Jaramillo (2008).

Por otra parte, de acuerdo a la dimensión descripción psicológica y según Ferrari (2018), las mujeres con un estilo de vida conservador son aquellas que siempre persiguen el bienestar de los hijos y la familia, y son responsables de casi todos los gastos relacionados al hogar. Se visten básicamente para cubrirse y solo utilizan maquillaje de forma ocasional. Gustan de las telenovelas y su pasatiempo preferido es jugar con sus hijos. Por tal motivo se concluye que, las participantes tienen un estilo de vida de tipo conservador debido a que un 93,8% de las egresadas les gusta maquillarse, pero el 62,5% lo hacen ocasionalmente; y de acuerdo al indicador de rasgos de personalidad señalado en el cuadro de operacionalización, 75% de las participantes confían en sí mismas, pero suelen ser mujeres preocupadas puesto que, son las responsables del cuidado de su familia.

Asimismo, el 56% de las encuestadas consideran de mucha importancia la educación, y a pesar de que a ellas no les resulta difícil plantearse retos, un 43% de las encuestadas suelen ser mujeres rutinarias, es decir, les resulta difícil tomar riesgos, prefieren la tranquilidad y estabilidad, como lo señala Ferrari (2018). Partiendo de esta premisa las investigadoras calificaron a las egresadas como mujeres sociables, responsables, comprometidas y sobre todo esforzadas.

De acuerdo al segundo objetivo: Identificar la metodología de enseñanza que lleva a cabo la organización en el proyecto Emprendedoras de la Belleza, (entendiendo como metodología de enseñanza según Gutiérrez (2018), el conjunto de métodos, recursos y formas de enseñanza, para llevar a cabo el desarrollo de los contenidos programáticos que conducen el logro de un

aprendizaje significativo), se evidencia que los contenidos impartidos en clases y las herramientas utilizadas en el programa son en su totalidad muy buenos, como lo señaló el 87,5% de las egresadas.

Es importante mencionar que la propia organización diseñó una metodología de enseñanza denominada Emprender 360 que engloba varias áreas del conocimiento: desarrollo humano, oficio, emprendimiento y acompañamiento y tutorías de profesores especializados en el área de desarrollo humano y emprendimiento, profesionales y voluntarios de L'Oreal.

En la dimensión de recursos, del cuadro de operacionalización, las instalaciones donde se desarrolla el programa, se encuentran en excelentes condiciones y cuenta con los servicios básicos (agua y luz), por lo cual el 100% de las participantes se sienten cómodas, satisfechas, e incluso todas recomiendan a otras mujeres a realizar el curso. Además, la organización les suministra los materiales necesarios para las prácticas correspondientes a cada clase. 75% de las egresas señaló que las herramientas y materiales que les suministran son muy buenos.

Para el tercer objetivo: Identificar los aliados que hacen sustentable el proyecto de formación de la organización, se concluye que el programa tiene dentro de la dimensión, tipos de socios, como aliado principal L'Oreal de Venezuela y una organización italiana llamada Horizonte. Además, el centro de capacitación o formación INVECAPI, con quien tienen alianza, le ofrece espacios adaptados a un salón de peluquería y aulas equipadas para que puedan darles clases teóricas a las participantes.

Con respecto al cuarto objetivo: Conocer la percepción de las egresadas del proyecto Emprendedoras de la Belleza de la séptima cohorte que lleva a cabo la organización, se evidencia dentro de la dimensión, perteneciente al cuadro de operacionalización, apreciación positiva, el 100% de las participantes se encuentran satisfechas con el curso, lo recomiendan porque las motivó a

emprender y a un 25% les generó oportunidades de empleo. Además, la organización les garantiza un año de acompañamiento en el desarrollo del mismo y durante ese proceso les provee créditos directos e indirectos a través de un estudio económico y viabilidad del proyecto.

Según la dimensión, apreciación negativa, correspondiente al cuadro de operacionalización, la organización no logró ayudar monetariamente a 13 (81.25%) de las participantes por lo que es evidente el descontento. Consideran que sería bueno ese apoyo económico porque es un recurso que les permitirá obtener más materiales y seguir creciendo en sus emprendimientos. También el 31,25% señaló que el curso contiene muchas clases teóricas y pocas prácticas y evidentemente no fue agradable para las participantes.

Para el quinto objetivo: Identificar los canales de comunicación utilizados para difundir información sobre el proyecto de formación social y su alcance, tal como lo menciona Santillan (2015) es el vehículo que transporta los mensajes de la fuente al receptor, es el eslabón físico entre quien envía el mensaje y el receptor del mismo, en ese sentido, se identificó que a pesar de que un 68% de las participantes utilizan las redes sociales siempre, el indicador por el cual se enteraron del curso *Emprendedoras de la Belleza* fue (con un 37%) a través de la comunicación personal, del boca a boca, también del indicador Televisión y Digital con un 25%. Se concluye que los medios más utilizados para difundir la información sobre el curso son las redes sociales como Facebook y el boca a boca.

Partiendo de lo anterior, es preciso afirmar que Trabajo y Persona ha generado un gran interés en la vida de dieciséis mujeres (100%), que a pesar de que sus condiciones son vulnerables, actualmente el 43.8% tiene un emprendimiento propio o se encuentran trabajando en ello. Es importante resaltar que la trayectoria de la institución ha sido sumamente impecable, y esto se evidencia en la aceptación que las egresadas han tenido frente a las

distintas actividades o proyectos que ha desarrollado Trabajo y Persona y por su apoyo dado a nivel nacional, que ha logrado que la imagen se haya reforzado como una de las asociaciones que fomentan la cultura de trabajo y se dedican al desarrollo de programas y proyectos sociales de formación en oficios orientados al emprendimiento, autoempleo o empleo digno, destinado a personas en situación de vulnerabilidad.

6.2 Recomendaciones

Las investigadoras se plantearon analizar el impacto de la Asociación Civil Trabajo y Persona en las mujeres de la séptima cohorte, del programa Emprendedoras de la Belleza, en ese sentido, le proponen a la Asociación ampliar su cartera de aliados, apoyándose en los testimonios de las egresadas que formalizaron su emprendimiento (43.8%) y de esta forma motivar a otras organizaciones a que se unan a colaborar con esta iniciativa, para llevar a cabo nuevas cohortes durante el año y que logre beneficiar a más mujeres en situación de vulnerabilidad social con ánimos de emprender.

Por otro lado, con el fin de que Trabajo y Persona continúe recibiendo postulaciones a sus cursos de capacitación, se recomienda extender la duración del curso y con ello, incluir nuevos contenidos en el área de peluquería. Para ello deberían aplicar una encuesta inicial donde las participantes puedan señalar los contenidos que desean adquirir. Partiendo de allí, lograrían captar las exigencias de sus participantes. Parte de esta idea está relacionada con las horas de clases prácticas, sobre las clases teóricas que desean adquirir las emprendedoras. Invertir en más horas prácticas sobre el oficio para que las participantes puedan ejercer sin miedo el oficio.

Respecto al origen de las participantes se concluyó que ocho (50%) pertenecen al municipio Libertador; seis (37.5%) al municipio Sucre; una egresada (6.25%) de Baruta; y otra participante (6.25%) proviene de la carretera Caracas la Guaira, y en ocasiones no tienen acceso a internet; sin embargo, once de las participantes (68.8%) usan frecuentemente las redes

sociales. Por tal motivo se invita a Trabajo y Persona a gestionar sus redes sociales de manera más constante para tener mayor visibilidad entre su audiencia, a través de una estrategia de comunicaciones que incluya: fotografías, videos y testimonios de sus egresadas.

Finalmente, la organización pudiera organizar voluntariados en sectores vulnerables, ofreciendo el servicio de peluquería gratuita a la comunidad y no solo estarían colaborando con esas personas, (que no tienen para pagar un salón de belleza), sino que además estarían dando a conocer el trabajo de sus emprendedoras y es una buena forma de dar a conocer el proyecto de Emprendedoras de la Belleza.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes impresas

Berganza Conde, R. M., & Ruiz San Román, J. A. (2005). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Pilar, L. (2003). *Metodología de la Investigación* (3a edición ed.). México: McGrawHill Interamericana.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Pilar, L. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGrawHill Education.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Pilar, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Interamericana.

Tesis de grado

Donoso, Y (2011). *Mujer, Pobreza y Emprendimiento Experiencias Claves para la Superación*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela de Psicología.

Martínez, E (2006). *Criterios de éxitos y sustentabilidad de una organización de desarrollo social de la sociedad civil venezolana: FUNDAPROCURA*. (Tesis de maestría). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Documentos electrónicos

Arellano. Los seis estilos de vida. Obtenido de <https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/las-conservadoras/>

Civilis Derechos Humanos (2013). Situación de las organizaciones de la sociedad civil en Venezuela 2011. Obtenido de <http://www.civilisac.org/espacio-civico-y-sociedad-civil/datos>

Diccionario Actual. (s.f). Obtenido de <https://diccionarioactual.com/aliado/>

Ferrari, A. (2018) Diario Las Américas. Obtenido de Diario Las Américas: <https://www.diariolasamericas.com/america-latina/el-87-los-venezolanos-se-encuentra-debajo-la-linea-la-pobreza-n4144139>

Gutiérrez, V. (2018). La Prensa. Obtenido de https://www.prensa.com/opinion/Metodologia-ensenanza_0_4945755479.html

Investigaciones Documentales, Descriptivas y Explicativas. (s.f.). Obtenido de <http://w2.ucab.edu.ve/trabajo-de-grado-6902.htm>

Itriago, A. y Itriago, M. (1999). Las redes como instrumento de transformación social. Recuperado de <http://www.lasociedadcivil.org/wp-content/uploads/2014/11/itriago.pdf>

Santillan, S. (2015). Obtenido de <https://sites.google.com/site/uceestadisticats/unida-1/iii--internet-como-herramienta>

Trabajo y Persona. (s.f.). Obtenido de <https://www.trabajoypersona.org>