CONJUGANDO LA INVESTIGACIÓN Y LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: "PROGRAMA MUJERES EMPRENDEDORAS", DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE SU IMPACTO

RACCA, A.; OVIEDO, R.; LEDA, A.; TOMARELLI, J.
Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración, Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, Universidad Nacional de Rosario

aracca@fcecon.unr.edu.ar

Resumen

En el marco del proyecto de extensión "Programa Mujeres Emprendedoras", se analiza el vínculo entre la Asociación Civil CRIAR Comunidad de Mujeres Emprendedoras y la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística (UNR). El objetivo es medir el nivel de satisfacción de las participantes de diversas ediciones del Programa de Formación de Mujeres Emprendedoras, así como el impacto de este en sus emprendimientos. El trabajo tiene un alcance descriptivo, desde un enfoque cuantitativo. Se trabajó con un cuestionario altamente estructurado, autoadministrado, online, con algunas preguntas abiertas al final. La gran mayoría de los emprendimientos sigue en funcionamiento. "Adquirir nuevas herramientas para mi emprendimiento" (78,6%) fue el principal motivo por el cual se sumaron al Programa. El 71,4% de las encuestadas se muestra totalmente satisfecho con el Programa, siendo el equipo docente (78,6%) la dimensión más elegida. La probabilidad de que las participantes recomienden el Programa a otras emprendedoras es también muy alta. La clase que mayor interés ha despertado es "Comunicación del proyecto" (64,3%), seguida por "Modelo de negocios" (57,1%). Si bien no aplicaron todo lo aprendido respecto a cada tema, agregarían educación financiera, así como herramientas y técnicas de comercialización adaptadas. Proponen mayor dinamismo en las clases y acortar su extensión. De los resultados puede concluirse que la satisfacción de las participantes es alta y el Programa es efectivo.

***Palabras clave**:* Extensión Universitaria – Formación – Mujeres Emprendedoras

Abstract

Within the framework of the extension project "Women Entrepreneurs Program", the link between the Civil Association CRIAR Community of Women Entrepreneurs and the Faculty of Economic Sciences and Statistics (UNR) is analyzed. The objective is to measure the level of satisfaction of the participants of various editions of the Training Program for Women Entrepreneurs, as well as the impact of this on their enterprises. The work has a descriptive scope, from a quantitative approach. We worked with a highly structured questionnaire, self-administered, online, with some open questions at the end. The vast majority of the enterprises are still in operation. "Acquiring new tools for my entrepreneurship" (78.6%) was the main reason why they joined the Program. 71.4% of the respondents were totally satisfied with the Program, with the teaching staff (78.6%) being the most chosen dimension. The likelihood of participants recommending the Program to other female entrepreneurs is also very high. The class that has aroused the greatest interest is "Project communication" (64.3%), followed by

"Business model" (57.1%). While they did not apply everything they learned on each topic, they would add financial literacy as well as tailored marketing tools and techniques. They propose greater dynamism in the classes and shorten their extension. From the results it can be concluded that the satisfaction of the participants is high and the Program is effective.

***Keywords**:* University Extension - Training - Women Entrepreneurs

Introducción

Las pequeñas empresas constituyen la principal fuente de empleo y contribuyen, con una alta incidencia, al PBI de las naciones y a su nivel de exportaciones. La mayoría de las Pymes nacen a partir de emprendimientos que han superado sus primeros años de vida y han logrado crecer. Lamentablemente, como plantea Dolabela (2006), el 50% de los nuevos emprendimientos duran menos de un año y de los que superan ese periodo tan solo el 20% llega al quinto año.

De esta forma el emprendedurismo se constituye como un movilizador de las economías regionales, necesario para alcanzar el desarrollo. Berenstein (citado en de la Fuente Niel y Navós, 2015) describe el fenómeno de la siguiente manera: “La actividad emprendedora es reconocida a nivel mundial como generadora de empleo y factor de innovación y crecimiento económico de los países” (p.45). Camandona y Oviedo resumen la definición del emprendedor como “aquel que reconoce una oportunidad de negocio y gestiona los recursos necesarios para su aprovechamiento” (2015, p.85).

Toppazzini (2022) menciona que cada vez más mujeres deciden dejar sus trabajos en relación de dependencia para lanzarse en sus emprendimientos “motivadas por su vocación (26,5%) y por su desarrollo personal (14,7%). No obstante, la mayoría de las mujeres que comienzan su emprendimiento lo hacen por necesidad económica, por mayor flexibilidad horaria o para combinar con tareas domésticas (43%)”.

Cuando los emprendimientos son a pequeña escala reúnen ciertas características que ponen en riesgo su supervivencia, mencionadas en Casati (2015); algunas de ellas son: bajo nivel tecnológico, escasas planificación, organización y división del trabajo, baja rentabilidad, dificultades para acceder al crédito, falta de asesoramiento profesional específico y carencia de conocimientos en gestión y administración (p.57-58).

En el caso de los emprendimientos generados por mujeres, las dificultades se incrementan. En un artículo de Care Org (2021) se mencionan como principales obstáculos la dificultad en acceder al crédito, el escaso acceso a formación empresarial y los negativos estereotipos de género en cuanto al liderazgo femenino, los que sostienen que las mujeres no tienen capacidad de liderar y que toman las decisiones priorizando la sensibilidad por sobre la racionalidad. También se hace hincapié en la falta de tiempo consumido en gran medida por los quehaceres domésticos y las tareas de cuidado.

Otro punto para mencionar es el relacionado a la autoestima, que como plantea Donato (en Piqueras, 2015) es un aspecto imprescindible de la personalidad del emprendedor. En general las mujeres tienen menos confianza en sus capacidades que los hombres a la hora de emprender, así como para reconocer el valor real de sus productos o servicios; esto las lleva a participar en menor medida en

actividades de capacitación, vinculación y convocatorias para obtención de fondos que sus pares hombres.

Para Toppazzini (2022) los obstáculos más reconocidos por las mujeres emprendedoras están vinculados a la necesidad de mejorar sus conocimientos en materia económica y a recibir asesoramiento financiero. En dicho artículo se plantea la necesidad de estas emprendedoras de pertenecer a redes o comunidades emprendedoras: “Generar un acompañamiento con otras emprendedoras mujeres que han pasado por situaciones similares ayuda en la gestión, generación de contactos y difusión del emprendimiento” (Toppazzini, 2022).

En respuesta a dichas necesidades surge, con sede en Rosario, la Asociación Civil CRIAR “Comunidad de Mujeres Emprendedoras”, una organización que nuclea mujeres emprendedoras para ayudarlas a lograr la sostenibilidad de sus negocios y la independencia económica. En su estatuto se manifiesta como su objeto: “Fomentar la capacitación de mujeres emprendedoras a través de cursos y talleres que no otorgan título habilitante, en línea y presenciales, a los fines de su inserción y perfeccionamiento en el mundo laboral, productivo y empresarial, así como también brindar a sus asociadas el servicio de consultoría con relación a sus emprendimientos. Todo lo que se realizará sin fines de lucro y sin perseguir directa o indirectamente finalidades lucrativas o tienda a reportar ventajas económicas para los asociados o los integrantes del órgano de administración y/o fiscalización”.

Entendiendo la importancia que las redes de apoyo tienen para las mujeres emprendedoras, CRIAR ha trabajado esta problemática desde el año 2013, ha formado a más de ochocientas mujeres e impulsado más de quince programas de formación gratuitos apuntados a profesionalizar su trabajo de forma de alcanzar mayor rentabilidad en sus emprendimientos y mayor participación de los mismos en el sector productivo.

Por otro lado, en el año 2018 en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística (UNR) se conforma el Área de Género con la finalidad, entre otras, de dar visibilidad a las desigualdades de género en los ámbitos de trabajo y desarrollo. Desde la Facultad se invitó a una graduada, fundadora de CRIAR, a participar en dicha área. Surge de este vínculo la iniciativa de trabajar conjuntamente en una edición del Programa de Formación de Mujeres Emprendedoras.

En aquella primera oportunidad no se formalizó el vínculo y la Facultad ofreció el espacio físico y docentes para que colaboren en las formaciones. A fines de 2018 el mencionado programa se presentó a la 11ª Convocatoria a Proyectos de Extensión 2018 “La Universidad y su Compromiso con la Sociedad” de la Universidad Nacional de Rosario, siendo seleccionado. De esta forma se realizó la edición del programa durante 2019. En 2020 por razones epidemiológicas fue discontinuado. El programa fue retomado en 2021, por medio de un convenio de Extensión. A finales de dicho año una nueva edición del programa se presentó en la 13ª Convocatoria a Proyectos de Extensión 2021 de la Universidad Nacional de Rosario, siendo nuevamente seleccionado. La ejecución de dicha convocatoria se realizó durante 2022 y sumó a las actividades de capacitación y tutoría una investigación en torno al impacto del programa en las mujeres emprendedoras que lo transitaron.

La revisión mencionada surge como un requerimiento de CRIAR cuyas autoridades manifiestan que el programa se viene realizando desde el año 2015 (incorporándose en 2018 la UNR) sin que se hayan realizado investigaciones formales en relación al nivel de impacto que la formación y el apoyo ofrecido tiene efectivamente en los proyectos. A pesar de que las mujeres participantes han manifestado informalmente que el programa "les sirve", "les cambia la perspectiva sobre su negocio" y "les permite conectar con otras mujeres", esta información no se había recabado en forma ordenada por parte de la organización, no hay una evaluación del conocimiento adquirido ni tampoco del impacto económico y social del programa en la mujer y su comunidad. De allí la relevancia de dicha investigación que permite comprender mejor la problemática de las mujeres y de qué manera el programa contribuye a las oportunidades de éxito de sus emprendimientos. La investigación, que tuvo como alcance a las mujeres emprendedoras que participaron del proyecto a partir de 2018 y en el marco de la colaboración UNR, es la que ha sido la base para la confección del presente artículo.

Programa de Formación de Mujeres Emprendedoras

El Programa de Formación de Mujeres Emprendedoras es la herramienta fundamental con la que trabaja la asociación civil CRIAR para contribuir a su misión "... generación de espacios que posibiliten el diagnóstico, la formación, profesionalización y finalmente la viabilidad y desarrollo de negocios (liderados por mujeres), para contribuir al desarrollo económico y un ambiente más equitativo". El mencionado programa, según informa la organización, solo se desarrolla en alianza con una entidad adoptante y es esta entidad adoptante la que le da un carácter y un diferencial a cada programa en territorio.

El Programa de Mujeres Emprendedoras se traduce en una formación integral en herramientas de gestión de negocios, con perspectiva de género, que CRIAR lleva adelante siempre en colaboración con otras instituciones. Esta iniciativa ha recibido diversas distinciones internacionales, como ser del Banco Mundial y de la Embajada de Estados Unidos. Dicho programa se desarrolla desde 2018 en la Universidad Nacional de Rosario y tiene como objetivo general "Orientar a las mujeres emprendedores en la definición del modelo de negocios adecuado para su contexto y en el desarrollo y presentación de un plan de negocios para su emprendimiento". También persigue como objetivos la generación de un vínculo entre las emprendedoras y la institución y la generación de un espacio exclusivo para las emprendedoras donde compartir sus experiencias con otras mujeres que experimentan los mismos desafíos.

El alcance geográfico de la iniciativa es Rosario y su zona de influencia. El proyecto se destina a mujeres emprendedoras que están transitando diferentes etapas del desarrollo de un emprendimiento comercial pero que por escasez de tiempo y de recursos tienen dificultades para llevar adelante estudios superiores por lo que buscan alternativas de formación más accesibles. Se prioriza a las mujeres emprendedoras vinculadas a la organización CRIAR, pero este no es un requisito excluyente en la selección. Dentro de los criterios de selección se apunta a que las emprendedoras presenten una propuesta de valor diferenciable de la competencia, en cuanto a diseño o modelo de negocios y deseen profesionalizar sus emprendimientos mediante la capacitación y la asistencia técnica.

Dentro del programa se dictan capacitaciones y se realizan charlas con la finalidad tanto de ayudar a las emprendedoras a desarrollar su modelo de negocios y armar su plan de negocios, como a

contribuir al empoderamiento de las mismas y al intercambio de experiencias y de propuestas entre ellas. Complementariamente a la formación, los proyectos son tutoreados hasta la presentación del plan de negocios.

Finalmente, dado que la colaboración entre la Facultad y CRIAR se inició en 2018 y ya han pasado distintos grupos de mujeres emprendedoras por el proceso, resultó esencial investigar cuál ha sido el impacto del mismo sobre las participantes, para detectar fortalezas y debilidades que permitan optimizarlo. En los distintos ciclos ha participado un total de 90 mujeres emprendedoras.

En el proyecto participan docentes, alumnos y graduados en los roles de Docencia, Coordinación y Tutoría, en forma articulada con el equipo de la Asociación Civil CRIAR Comunidad de Mujeres Emprendedoras.

Los docentes de la Facultad y quienes forman parte de la Asociación Civil están a cargo del dictado de los módulos de capacitación para las mujeres emprendedoras. Los ejes temáticos incluyen: Liderazgo, la Visión de la mujer Emprendedora, Costos, Precios, Marketing, Marketing digital, Aspectos Legales e Impositivos, Comunicación, Herramientas digitales del emprendimiento y Presentación de proyectos. En cuanto a la modalidad de dictado, se combinan reuniones presenciales y virtuales sincrónicas, por medio de las aplicaciones Zoom o Meet.

Los estudiantes trabajan bajo la coordinación de los docentes en un rol de alumno-tutor, participan de las reuniones de capacitación y de las charlas con las emprendedoras y colaboran con ellas en el armado de los entregables solicitados: plan comercial, estudio de costos, análisis FODA, plan de negocios. Desde 2018 han participado más de treinta alumnos. Como en todo proyecto de extensión se busca impactar en su formación, generando en los alumnos un mayor involucramiento con la temática y con el contexto, acercando la realidad a los estudiantes de modo que obtengan una experiencia significativa en el territorio. Asimismo, se apunta a que los alumnos puedan aplicar lo aprendido durante el proyecto en las actividades evaluativas de distintas materias de grado.

Objetivo

Medir el nivel de satisfacción de las participantes de diversas ediciones del Programa de Formación de Mujeres Emprendedoras, así como el impacto de este en sus emprendimientos.

Metodología

A los fines de medir el nivel de satisfacción de las participantes del programa, así como el impacto del programa en su emprendimiento, se realizó una encuesta a una muestra autoseleccionada, no probabilística, de exparticipantes. Se trabajó con un cuestionario altamente estructurado, autoadministrado, con apenas un par de preguntas abiertas al final. El mismo se cargó en la plataforma Survey Monkey, enviándose por e-mail las invitaciones a participar. Contestó un total de 28 exparticipantes. La mitad de la muestra corresponde a participantes de la entonces última edición (2022), mientras que las restantes se reparten entre las ediciones anteriores realizadas en conjunto con UNR. El trabajo tiene un alcance descriptivo, desde un enfoque cuantitativo.

Resultados

La primera parte de la encuesta refiere a los emprendimientos llevados adelante por las participantes del programa, consultándoles en primer lugar si el mismo sigue en funcionamiento. La gran mayoría de los emprendimientos sigue en funcionamiento. De las 28 encuestadas, son solo 5 las que no continúan actualmente.

En cuanto a la duración del emprendimiento, la mayoría se concentra entre los 3 y los 10 años. El 32,1% lleva entre 6 y 10 años con su emprendimiento; el 28,6% entre 3 y 5 años; 14,3% entre 1 y 3 años, al igual que menos de un año. Un solo caso tiene entre 11 y 15 años. Quien respondió 16 años es justamente uno de los casos que no sigue en funcionamiento, al igual que quien no respondió la antigüedad.

De acuerdo con las respuestas de las encuestadas, pueden clasificarse en siete grupos las actividades principales de sus emprendimientos. Para comenzar, la mayoría de las emprendedoras se dedica al rubro textil y moda, donde se destacan la comercialización de ropa de bebés y la confección o reparación de prendas. En la misma medida, se encuentran quienes realizan actividades vinculadas al diseño, el arte y la creación artesanal de diversos artículos como artesanías, velas de soja, juguetes, entre otros. En tercer lugar, pueden relevarse aquellas que asesoran y comercializan servicios y/o productos de belleza, incluso de origen natural. Le siguen dos grupos que comparten la misma proporción, pero cuya dedicación es diferente: por un lado, están las emprendedoras que se dedican a la producción y comercialización de productos gastronómicos (comidas y bebidas de especialidad) y, por otro lado, quienes ofrecen servicios profesionales o de capacitación. Bajo esta última clasificación, solo una indicó que su emprendimiento no se llevó a cabo. Por último, una de las encuestadas indicó que se dedica a la venta de regalos, aunque no determinó si los mismos son realizados de manera artesanal o solo los comercializa.

A la hora de responder por los motivos que las llevaron a participar del programa, hay uno que claramente es mayoritario: se trata de “Adquirir nuevas herramientas para mi emprendimiento”, que es elegido por el 78,6% de las encuestadas. En el segundo lugar se ubica “Recibir asesoramiento profesional”, con menos de la mitad (35,7%), seguido por “Vincularme con otras emprendedoras” y “Vincularme con la UNR”, ambos con un 25,0%.

Las opciones relacionadas a formalidades son las menos elegidas: “Formalizar mi emprendimiento” (14,3%) y “Recibir un certificado de capacitación” (10,7%). Una de las participantes agregó “Necesidad” como otro motivo, por fuera del listado propuesto.

La segunda parte de la encuesta refiere a la satisfacción de las participantes con el programa, comenzando por el nivel general para luego ir al detalle.

El 71,4% de las encuestadas se muestra totalmente satisfecho con el programa, seguido por un 25,0% que se muestra algo satisfecho. Hubo un único caso en que la encuestada respondió estar algo insatisfecha y ninguno que respondiera estar totalmente insatisfecha. Moda y mediana coinciden en el mayor nivel de satisfacción, dando cuenta del muy alto grado de satisfacción con la capacitación y el acompañamiento recibidos.

En cuanto a la satisfacción por dimensiones, en términos generales, el nivel de satisfacción es también bastante alto. Con sutiles diferencias, en casi todas las dimensiones las respuestas se concentran en el nivel más alto de satisfacción (solo en una dimensión, "Actividades propuestas (entregables)", moda y mediana bajan al nivel inmediatamente inferior pero dentro de las valoraciones positivas). Asimismo, en general las respuestas negativas son mínimas: apenas un caso para la mayoría, ninguno para "Equipo docente", dos casos para "Actividades propuestas (entregables)" y un máximo de cuatro casos para "Acompañamiento de los tutores" y "Vínculo con otras emprendedoras".

El mayor nivel de satisfacción se obtuvo en "Equipo docente", con 78,6% de satisfacción máxima y ningún caso de insatisfacción, seguido por "Modalidad de cursado" y "Contenidos del curso", con 75,0% de satisfacción máxima. La "Duración del curso" queda en cuarto lugar, con 60,7% de satisfacción máxima. Si bien la moda es también el valor máximo de la escala, quedan en quinto y sexto lugar "Acompañamiento de los tutores" y "Vínculo con otras emprendedoras", por mostrar en ambos casos el mayor nivel – aunque muy bajo – de insatisfacción: 14,3% entre totalmente insatisfecha (3,6%) y algo insatisfecha. En el último lugar queda "Actividades propuestas (entregables)" pues, como ya se indicó, quienes responden algo satisfecha (50,0%) superan a quienes se muestran totalmente satisfechas (39,3%), si bien solo dos encuestadas responden estar algo insatisfechas.

Congruentemente con el alto nivel de satisfacción obtenido, la probabilidad de que las participantes recomienden el programa a otras emprendedoras a partir de su experiencia personal es también muy alta. El 67,9% de las encuestadas responde que es muy probable, valor que corresponde tanto a la moda como la mediana. El 21,4% responde que es bastante probable. Ninguna encuestada responde que sea poco probable y solo una lo considera nada probable.

La última parte de la encuesta se concentra en el interés y aplicabilidad de los contenidos desarrollados durante el curso.

En cuanto al interés, la clase que mayor interés ha despertado es "Comunicación del proyecto", considerada muy interesante por el 64,3%. "Modelo de negocios" le sigue, con 57,1% de valoración máxima, y luego "Propuesta de valor" con 57,1% y "Desarrollo del perfil de emprendedora" con 53,6%. En todos estos casos, la moda coincide claramente con el valor máximo (y salvo el último, no muestran valoraciones negativas: poco o nada interesante). En quinto y sexto lugar se ubican "Herramientas digitales" y "Estructura de costos"; si bien en ambos la moda sigue siendo muy interesante (46,4%), la opción siguiente casi la equipara (39,3% y 35,7%, respectivamente). Los temas menos interesantes resultan ser "Aspectos impositivos" y "Aspectos legales". De nuevo, como en los demás temas, prima la valoración máxima, pero en estos casos aparecen varias valoraciones negativas: 17,9% entre poco y nada interesante.

Más allá del interés despertado, al pensar en la aplicabilidad concreta de los temas estudiados, las respuestas tienden a concentrarse en todos los casos en el valor intermedio, afirmando que aplicaron algunas cuestiones pero no todo lo aprendido respecto a cada tema. El tema con mayor aplicación fue "Propuesta de valor", logrando 42,9% de aplicación plena y ningún caso en que no aplicara. "Desarrollo del perfil de emprendedora" lo aplicó a pleno el 32,1% y "Modelo de negocios" el 28,6% (aunque aquí ya aparece un caso en que la encuestada no pudo aplicarlo). A continuación, se ubican

“Comunicación del proyecto” y “Herramientas digitales”, ambos aplicados a pleno por el 32,1%, seguidos por “Estructura de costos” (25,0% a pleno). De nuevo, los dos últimos lugares corresponden a “Aspectos impositivos” y “Aspectos legales”, siendo en ambos casos mayor la cantidad de encuestadas que no los aplicó en absoluto (25,0% y 28,6%, respectivamente) que aquella que hizo aplicación plena de los mismos (21,4% y 17,9%).

Para ir cerrando, se consultó a las encuestadas qué tema agregarían, si es que alguno, para próximas ediciones del Programa, dejando la pregunta abierta para que sugieran respuestas espontáneas. Al respecto, de las once encuestadas que respondieron a la pregunta, la mayoría hizo hincapié en la educación financiera y en el aprendizaje de herramientas y técnicas acordes a la comercialización de los productos y servicios. Entre las temáticas más demandadas pueden destacarse las relacionadas al estudio de mercado, la utilización de Excel, la aplicación de distintas técnicas y estrategias de ventas, entre otras. Por otro lado, y relacionado a lo previamente dicho, las emprendedoras expresaron su interés sobre el uso de canales digitales y manejo de redes sociales para aumentar la publicidad y el caudal de ventas. También se indicó la importancia de aprender sobre la imagen de los productos (foto-producto). En tercer lugar, pudo relevarse la necesidad de trabajar los aspectos blandos dentro del emprendimiento, como son el trabajo en equipo, el liderazgo y el estudio de las emociones y experiencias. Se destaca la solicitud de una de las encuestadas de incorporar a un profesional de la salud, en este caso una psicóloga, para abordar estos temas. En menor medida, también les interesa profundizar las cuestiones legales e impositivas, sobre todo, en relación a la incorporación de personal. Esto da cuenta de la intención de ampliar el emprendimiento, pero quizás desconocen el camino para hacerlo o incluso, necesitan asesoramiento profesional para ejecutarlo. Por último, solo una de las encuestadas manifestó la necesidad de aprender sobre sustentabilidad.

Para finalizar el relevamiento, se les consultó a las emprendedoras si querían hacer algún comentario o sugerencia respecto del Programa, dejando el espacio para que se expresen libremente. Aproximadamente la mitad de ellas agradeció por la utilidad de los contenidos y por la oportunidad de haberse sumado a la capacitación. También felicitaron al equipo de trabajo por su excelencia. Una de las emprendedoras expresó su interés en seguir la formación a través de la segunda parte del Programa. Por otro lado, y casi en la misma proporción, destacaron la importancia del grupo humano compuesto por el cuerpo docente y otras emprendedoras. No solo manifestaron la importancia de la interacción entre todas, la empatía y dedicación de las docentes y su impacto en el proceso de formación, sino también expresaron su interés en que otras colegas puedan sumarse a este curso. Como críticas constructivas, dos encuestadas mencionaron que hizo falta mayor dinamismo en las clases y que las clases fueron extensas. También mencionaron la necesidad de incorporar más práctica en lo que respecta a cuestiones financieras y comerciales.

Conclusiones

El Programa de Formación de Mujeres Emprendedoras ha sido desarrollado entre la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario y la Asociación Civil CRIAR Comunidad de Mujeres Emprendedoras desde el año 2018 ininterrumpidamente, con la única excepción del 2020 que no se pudo llevar adelante por la pandemia de COVID 19. El programa tiene como objetivo ayudar a las mujeres emprendedores en la definición del modelo de negocios adecuado y en el desarrollo y presentación de un plan de negocios para su emprendimiento y participan, además

de las mujeres emprendedoras, miembros de CRIAR, docentes, investigadores, estudiantes y graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística.

En la edición del 2022, se realizó asimismo una investigación con las mujeres emprendedoras que participaron del programa, tendiente a evaluar el impacto de este y detectar puntos de mejora para el futuro.

Del relevamiento se desprende que la gran mayoría de los emprendimientos sigue en funcionamiento (82,1%). En cuanto a la antigüedad alcanzada por los emprendimientos, la mayor parte se encuentra entre los 3 y los 10 años de antigüedad (60,7%). La mayoría de las emprendedoras se dedica al rubro textil y moda y, en la misma medida, quienes realizan actividades vinculadas al diseño, el arte y la creación artesanal.

Entre los motivos que llevaron a las mujeres a participar del programa sobresale la de “Adquirir nuevas herramientas para mi emprendimiento”, con un 78,6% de adhesión; la segunda más elegida, pero con menos de la mitad de los votos, es la de "Recibir asesoramiento profesional” con un 35,7%.

La gran mayoría de las encuestadas, 71,4%, se muestra totalmente satisfecha con el programa. Los ítems que generaron mayor satisfacción son el “Equipo docente” en primer lugar, seguido por los “Contenidos del curso” y la “Modalidad de cursado”.

La probabilidad de que recomienden el programa a otras emprendedoras es muy alta y entre muy probable (67,9%) y bastante probable (21,4%) se reúne el 89,30%.

En cuanto a los temas estudiados el que mayor interés ha despertado es “Comunicación del proyecto”, seguido por “Modelo de negocios” y “Propuesta de valor” y los que menos interés generaron fueron “Aspectos impositivos” y “Aspectos legales”.

En síntesis, se puede decir que la satisfacción de las participantes es alta y la formación es adecuada, aunque debería complementarse con las temáticas sugeridas por las encuestadas y redefinir las actividades evaluativas para simplificar y motivar más a las emprendedoras y facilitar la tarea de los alumnos-tutores.

Referencias bibliográficas

Camandona, M. R. y Oviedo, R. R. (2015) Competencias técnicas requeridas para el emprendedorismo efectivo. En: Navós, O. (Comp.) ADERR Emprendedorismo en el siglo XXI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dunken.

Care Org. (2021) Cuatro Obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras al iniciar un negocio. Publicado 17 de septiembre de 2021. https://care.org.pe/4-obstaculos-que-enfrentan-las-mujeres-emprendedoras-al-iniciar-un-negocio/

Casati, M. (2015) La cultura emprendedora. De ser empleado a ser emprendedor. En: Navós, O. (Comp.) ADERR Emprendedorismo en el siglo XXI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dunken.

de la Fuente Niel, L. y Navós, O. (2015) Un primer análisis sobre el entorno emprendedor argentino. En: Navós, O. (Comp.) ADERR Emprendedorismo en el siglo XXI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dunken.

Dolabela, F. (2006) El secreto de Luisa, Ed. Homo Sapiens, Rosario

Piqueras, J. (2015) El perfil y las capacidades de un emprendedor. En: Navós, O. (Comp.) ADERR Emprendedorismo en el siglo XXI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dunken

Toppazzini, C. (2022) La mayoría de las mujeres que emprenden, lo hace por necesidad económica. Publicado 02 de junio de 2022. https://www.a24.com/economia/la-mayoria-las-mujeres-que-emprenden-lo-hace-necesidad-economica-n1021160