

CONSTRUCCIÓN DE MODELOS DE REFERENCIA EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO. CONCIENCIANDO EN EL AUTOEMPLEO.

MODELLING REFERENCE MODELS IN THE FEMALE ENTREPRENEURSHIP. RAISING AWARENESS IN SELF-EMPLOYMENT.

Pablo Rodríguez Gutiérrez

pablo.rodriguez@uco.es

Universidad de Córdoba

Received: dd/mm/yyyy

Accepted: dd/mm/yyyy

Abstract

At a time of great changes, university teaching is not alien to the challenges and needs of society in which it operates and develop its activities. In this sense, this project has a double motivation. On the one hand, universities are immersed in a process of adoption of changes in the teaching-learning process. In this vein, subjects offered has the ultimate aim of improving the skills and abilities of graduates that allow them to better adapt to the social and work environment that faces. On the other hand, the role of women as a dynamizing agent of economic activity is particularly important. In this sense, the university should try to foster an entrepreneurial spirit among the students. On the other, the above proposes the implementation of a teaching activity in which the "Learning by Doing" methodology is used for the acquisition of competences related to the subject of Business Creation; Secondly, the application of this methodology served as a tool for the development of case studies on female entrepreneurship. The preliminary results of this project show a high degree of acceptance among the students participating in the activity and a high degree of satisfaction with the results achieved. On the other hand, the development of entrepreneurship cases that can be used as teaching material in upcoming courses, which will allow us to obtain entrepreneurial intention response rates among women students similar to the men students.

Keywords: Entrepreneurship culture, Teaching innovation, Woman. (máx. 5)

Resumen

En un momento de grandes cambios, la docencia universitaria no se encuentra ajena a los retos y necesidades que la sociedad en la que desenvuelve su actividad plantea. En este sentido, este proyecto tiene una doble motivación. Por una parte las universidades se ven inmersas en una proceso adopción de cambios en el proceso de enseñanza-aprendizaje sobre las materias ofrecidas con el fin último de mejorar las competencias y destrezas del alumnado egresado que le posibiliten una mejor adaptación al entorno social y laboral al que se enfrenta. Por otra parte, tiene especial importancia el papel de la mujer como agente dinamizador de la actividad económica. En este sentido la universidad debe de tratar de fomentar el espíritu emprendedor entre las alumnas. Por otro lo anterior se propone la puesta en marcha de una actividad docente en el que se hace uso de la metodología "*Learning by Doing*" para la adquisición de competencias relacionadas con la asignatura de Creación de Empresas; en segundo lugar, la aplicación de esta metodología sirvió como herramienta para la elaboración de casos de estudio de emprendimiento femenino. Los resultados preliminares de este proyecto arrojan un elevado grado de acogimiento entre los alumnos participantes en la actividad y un elevado grado de satisfacción con los resultados alcanzados. Por otra parte, la elaboración de casos de emprendimiento que puedan servir para su utilización como material docente en próximos cursos, lo que permitirá poder obtener tasas de respuesta de intención emprendedora entre las alumnas similares a los alumnos.

Palabras clave: Cultura emprendedora, Innovación docente, emprendimiento, mujer. (máx. 5)

1. INTRODUCCIÓN

Las mujeres constituyen un sujeto especialmente relevante para el desarrollo económico y social de nuestro país en los

últimos años. Sin embargo en relación a la actividad emprendedora, su presencia es aún reducida en relación a los hombres. A pesar de que el crecimiento de la actividad empresarial femenina y la implicación de las mujeres en actividades económicas son notables, aún es elevada la brecha que separa el grado de emprendimiento entre hombres y mujeres. el emprendimiento ha adquirido un papel cada vez más protagonista, como motor de modernización y sostenibilidad gracias a la creación de nuevas empresas que, en muchas ocasiones, implementan nuevos modelos de negocio distintos de los tradicionales.

Desde la esfera política el impulso de la actividad emprendedora ha sido una constante en la política de empleo de la Unión Europea (UE) al ser considerada una palanca de innovación, competitividad y crecimiento. Por otra parte las actividades de este proyecto se enmarcan dentro del Objetivo número 5 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, (United Nations, 2015) mediante el que se busca “lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas” y más concretamente como uno de los objetivos principales “Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública”

Respecto al género, la literatura que estudia la relación entre éste y la creación de nuevas empresas ponen de manifiesto una constante relación entre el hecho de ser hombre y el deseo o la intención de crear una empresa (Veciana et al., 2005; Díaz et al., 2007). El Informe Ejecutivo GEM España 2014 se hace eco del menor nivel de incorporaciones de la mujer a la actividad emprendedora. En este sentido, los datos muestran que un 60% de las iniciativas empresariales son adoptadas por hombres.

En lo que se refiere más concretamente a la actitud hacia el emprendimiento entre los universitarios encontramos evidencias sobre el perfil del emprendedor, y en concreto en estudiantes universitarios, donde queda de manifiesto la menor propensión de la mujer a emprender (Wilson et al. 2007, Lim y Envick 2013, Hermnangomez et al. 2006, Cañizares y Fuentes 2010, Ventura y Quero 2013). Entre los factores explicativos, siguiendo el enfoque del estudio del entorno como factor explicativo del diferencial de emprendimiento entre hombres y mujeres, Baughn et al (2006) y Lagowitz y Minniti (2007) se afirma que en sociedades dónde el rol de la mujer está muy ligado a las responsabilidades familiares, la actividad emprendedora se percibe como menos deseable entre ellas.

En relación en relación a este último hecho, consideramos que la falta de modelos de referencia de emprendedoras puede dificultar la labor de creación de empresas por parte de las mujeres, puesto que éstas, con mayor frecuencia que los hombres, tendrán un modelo de referencia incompleto, bien porque el género es distinto, bien porque los rasgos del modelo serán insuficientes para poder servirles de guía. Sin embargo, la construcción de un modelo de referencia no se hace sobre una persona real, sino sobre percepciones personales de personas reales, sesgadas por la importancia diferencial que se le dé a determinadas características de las mismas.

Relacionado con esto, Minniti (2004) ha analizado el aumento de la confianza de los individuos generada por la existencia de precedentes y modelos a seguir, y el efecto que su conocimiento tiene en la reducción de la ambigüedad en el entorno del potencial emprendedor. Así mismo, se confirma la influencia que puede tener la falta de modelos de referencia emprendedora en el bajo porcentaje de emprendimiento de diferentes colectivos, como el femenino.

De esta forma Esto estaría relacionado con los prejuicios de género, por lo que apoyan la tesis de que son necesarias materias específicas de género en las enseñanzas universitarias que ayuden a derribar dichos prejuicios y estereotipos.

A pesar de que el crecimiento de la actividad empresarial femenina y la implicación de las mujeres en actividades económicas son notables, aún el elevada la brecha que separa el grado de emprendimiento entre hombres y mujeres.

El proyecto se inscribe dentro de la línea de innovación docente “3” que busca impulsar la igualdad de género en la docencia universitaria. Esta se alinea con una de las principales competencias a desarrollar la “Competencia universidad 3 (CU3): Potenciar los hábitos de búsqueda activa de empleo y la capacidad de emprendimiento”. Por otra parte se pone en práctica uno de los principales ejes temáticos formulados por el I Plan de Igualdad entre Hombres y Mujeres de la UCO, uno de los cuales está dedicado a fomentar la perspectiva de género en la docencia.

El objetivo del proyecto trata de examinar las características y el perfil de la mujer emprendedora, así como sus motivaciones y sus limitaciones en el desarrollo de la actividad. El análisis se aborda a través de la metodología “*Learning by doing*” aplicada a la elaboración de casos de estudio sobre emprendedoras reales.

2. OBJETIVOS

Los objetivos del proyecto se pueden dividir en dos:

Por un lado, se trata de que los estudiantes se sientan partícipes y responsables de su proceso de aprendizaje mediante la búsqueda de información y recursos durante todo el proceso de elaboración de los casos de estudio. De acuerdo con Van Dam (2004) la retención del conocimiento en ente el alumnado es significativamente superior mediante del empleo de métodos basados en la experiencia que el empleo de métodos de formación basados en la clase magistral e incluso el trabajo de casos de estudio previamente elaborados.

Por otra parte, se permite que los alumnos desarrollen competencias como la autonomía personal o la capacidad analítica, ya que son ellos, dentro de unos márgenes flexibles implantados por el profesorado, los que tienen que determinar temas como la planificación temporal, gestión de equipos, relaciones intrapersonales, criterios de selección de casos.

En segundo lugar el proyecto contribuye a la capacitación y concienciación sobre el emprendimiento femenino; la mejora de la actitud, grado de expectativas y su valoración por parte del alumnado por medio del aumento de la visibilidad de las acciones que contribuyen al empoderamiento de la mujer por medio de la incorporación de manera integral, a través de la involucración del alumnado en el proceso de elaboración de estudios de caso y su posterior difusión.

Objetivos específicos

- Capacitar y concienciar al alumnado en el emprendimiento.

Profundizar en las claves para la detección de desigualdades entre hombres y mujeres en las distintas fases de creación y/o consolidación de un proyecto empresarial.

Proporcionar instrumentos para el aprendizaje, el análisis y la superación de los obstáculos y dificultades diferenciadas por razón de sexo que acontecen en los proyectos profesionales de mujeres y hombres

Identificación y análisis de experiencias exitosas de emprendimiento iniciado por o para mujeres y concretamente enfocados en el conocimiento o en el desarrollo de la economía sostenible.

Impulsar la elaboración de materiales y publicaciones sobre igualdad.

3. METODOLOGÍA

Los objetivos previamente expuestos van a ser desarrollados por medio del método del caso.

- Diseño del Estudio de Caso
- Recopilación de la información
- Análisis de la información
- Redacción del informe
- Diseminación
- Entrevistas semi-estructuradas

En todo caso se persigue dotar a todo el proceso de enseñanza-aprendizaje de un espíritu de motivación y fomento de la actitud emprendedora entre el alumnado. Así, desde un inicio se transmite al grupo en clase que algunos de los objetivos a lograr al final del cuatrimestre son los siguientes:

Lograr que conozcan de primera mano diferentes problemáticas y realidades a las que se enfrentan las emprendedoras en el entorno económico local, así como las soluciones adoptadas en cada caso para la resolución de problemas.

Entender la importancia que la creación de empresas tiene para el desarrollo y bienestar de una sociedad.

Persuadirles de que la creación de empresas en la sociedad actual es factible e, incluso, aconsejable.

Incentivar el uso de las TIC en la idea de negocio.

3.1. ÁMBITO DE APLICACIÓN

En concreto, la implantación de esta actividad docente se planteó para el ámbito del estudio de las asignaturas siguientes:

- *Creación de Empresas*, dentro del plan docente de los grados en Administración y Dirección de Empresas y Doble Grado en Derecho y Administración de Empresas.

- *Creación de Empresas Turísticas*, Grado en Turismo

- *Creación de Empresas Culturales*, en el grado de y Gestión Cultural.

3.2. ACTIVIDADES

Las actividades se desarrollarán en sesiones de duración variable en función de la flexibilidad que cada colaborador en el proyecto pueda tener para implementarlas en clase y enfocadas principalmente en el acercamiento a la realidad de la mujer emprendedora actual.

Sesiones de visita de mujeres emprendedoras de diversos ámbitos que narran su experiencia y transmiten los problemas a los que se han enfrentado, cómo han luchado por su idea de negocio y las motivaciones que les llevaron a optar por esa forma de vida. De forma más concreta, son llamados a colaborar en la asignatura a personas con un perfil que conecte y cree empatía con los alumnos. Esto se logra mediante la presencia de jóvenes emprendedoras (de entre 25 – 35 años aproximadamente). Estas “conferencias” son valoradas especialmente por el alumnado porque les lleva a conocer de primera mano aspectos que solo han visto en clase en un entorno controlado.

Adicionalmente, también se desarrollan sesiones con otros agentes relacionados con el emprendimiento (consultores, gestores de entidades públicas, etc.)

Desarrollo de casos prácticos: no se trata de la habitual metodología de casos donde el docente distribuye diferentes casos de estudio (bien redactados por él mismo, o bien recopilados de las múltiples fuentes bibliográficas sobre la materia) para que sean analizados por el alumnado. Muy al contrario, aquí son los propios alumnos los que, a través de la selección de una emprendedora real de su entorno, elaboran un caso sobre su idea de negocio, reflejando su problemática particular y el modo en que el proyecto se convirtió en un negocio finalmente. Todo ello permite un acercamiento del alumnado al mundo de la emprendedora y sus distintas facetas, potenciando de este modo un mayor y mejor conocimiento del mismo.

El producto final del trabajo realizado a lo largo del cuatrimestre consiste en el desarrollo de un plan de empresa gestionado en grupos por el alumnado. (Sólo en las asignaturas de creación de empresas y Creación de Empresas Culturales).

4. RESULTADOS OBTENIDOS Y DISCUSIÓN

Fases de implantación:

1ª Fase elaboración de casos

En esta primera fase, durante el curso académico 2016-17 se pidió a los alumnos que como actividad de clase se pidió a los mismos que construyeran casos de estudio. Como resultados intermedios más interesantes a tener en consideración de todo el proceso podemos destacar los siguientes pasos:

- Identificación de casos y puesta en contacto con las emprendedoras

| Caso / empresa | Sector | Localización |
|-----------------------|---|--------------|
| Cynara Asesores | Asesoramiento profesional | Córdoba |
| Hoy no cocino | Hostelería / Restauración | Madrid |
| Gliquet | Nuevas tecnologías | Valencia |
| Sopinet | Nuevas tecnologías | Córdoba |
| Asofi Asesores | Servicios profesionales | León |
| Las Aventuras de Tate | Nuevas tecnologías | Córdoba |
| Gourmet Jienense | Hostelería / Restauración | Jaén |
| Innovación Creativa | Nuevas tecnologías | Córdoba |
| La voz de Marta | Servicios profesionales | Córdoba |
| Pollos de la aldea | Sector primario / emprendimiento social | Valladolid |
| La otra cafetería | La otra cafetería / emprendimiento social | Valladolid |

- Elaboración de un cuestionario.

Cuestionario

- Introducción y proceso de creación

- Nos gustaría que te presentaras, quién eres, a qué te dedicas
- Desde cuándo llevas con la actividad
- Es la primera empresa que has dirigido
- Con qué experiencia previa contabas?
- Cuál era tu relación previa con la actividad que desarrollas ahora?
- Qué motivos te llevaron principalmente por desarrollar una actividad por tu cuenta?
- Cuáles han sido para ti las principales trabas o problemas que has encontrado a lo largo del camino?
- Cuáles han sido tus principales aliados en el proceso?
- Qué papel juegan los cursos de formación y asistencia a congresos, foros, jornadas? para

mantenerse al día y establecer contactos?

- Sobre la actividad y su futuro
 - o Cómo describirías tu modelo de negocio?, qué te diferencia del resto?
 - o Cuáles consideras que son los principales puntos fuertes y débiles de tu negocio
 - o A qué amenazas o a qué oportunidades consideras que la empresa se enfrenta
 - o En relación con el futuro, cuáles son tus próximos proyectos
 - o Cuáles consideras que a tu juicio son los principales problemas a los cuales se enfrenta la mujer si quisiera desarrollar una actividad empresarial por cuenta propia?

- Desarrollo de entrevista semi-estructurada:

La duración de las entrevistas estuvo entre los 30 minutos de la más corta hasta la hora y 10 minutos de la más larga.

- Transcripción de entrevistas:

Como siguiente paso se procedió a la transcripción literal de las grabaciones en soporte audio.

- Elaboración y redacción de casos (anexo de ejemplo de caso elaborado).

2ª Fase (próximo curso, 2017-18) empleo como material docente en las asignaturas

En el próximo curso, se va a tratar de implantar junto a la primera fase, a la que se le da continuidad mediante la elaboración de nuevos casos de estudio. Esta segunda fase consiste en el empleo de los casos elaborados el año anterior como material docente de apoyo que permitirá cumplir con el segundo de los objetivos previstos, visibilizar casos de emprendimiento femenino.

En esta segunda fase, se pretende poder medir la vocación emprendedora ex y ante, y medir si las diferencias entre vocación emprendedora femenina y masculina son o no significativas.

Medición de resultados: basándonos en los trabajos Veciana y Urbano, se trata de medir cuál es el comportamiento del alumnado con respecto a su propensión y actitud hacia el autoempleo. Tanto al inicio como al final de la asignatura se lanzará un cuestionario en el que se trata de contrastar las siguientes preguntas de investigación / hipótesis:

Objetivo 1: comprobar si las actividades desempeñadas durante el desarrollo del curso han tenido alguna repercusión en la modificación de la intención emprendedora femenina.

H.1. La propensión a la actividad emprendedora entre hombres y mujeres se ha visto reducida tras la implantación de los actividades propuestas.

Esta hipótesis general se fragmenta a su vez en otras que identifican el efecto de las actividades sobre la autopercepción del alumnado sobre una serie de atributos personales (creatividad, dinamismo, etc.) así como el grado de valoración de una serie de profesiones (entre ellas la de empresario).

Observar si existen diferencias entre ambos grupos de estudiantes, tanto en relación con su formación sobre la materia, como con su comportamiento y actitud frente a determinadas cuestiones relacionadas con el género. Además, se trataría de ver, si existe diferencia, en qué medida puede derivarse de la formación recibida.

Uno de los mejores resultados obtenidos con esta experiencia es la satisfacción de encontrar grupos de alumnado que comentan a sus profesores que se plantean al término de sus estudios llevar a la realidad el negocio que están diseñando. La simple intención de transformar un proyecto en una empresa tangible indica el proceso transformador que poco a poco se abre paso en las intenciones emprendedoras de nuestro alumnado.

5. CONCLUSIONES

El proyecto ha tratado de implementar la metodología “learning by doing” en el ámbito concreto de la elaboración de una actividad de clase, la elaboración de casos de estudio. La actividad tiene una doble finalidad: por una lado sensibilizar al alumnado en cuestiones de género, visibilizando el papel de la mujer en el ámbito empresarial; y por otro se ha tratado de desarrollar competencias transversales tan importantes como son el emprendimiento y la autonomía personal en la toma de decisiones.

El desarrollo del proyecto ha permitido al alumnado conocer nuevas realidades. Todas las emprendedoras se han decantado por la opción del emprendimiento no sólo por motivos económicos, no sólo por las aspiraciones tradicionales de ganar dinero, sino que buscaban la realización personal a través de un proyecto propio, y como elección propia por un tipo de empleo más flexible, sociable y creativo.

Como última recomendación consideramos que esta metodología u otras basadas en principios parecidos para lograr que el alumnado llegue a alcanzar las competencias establecidas y podamos alcanzar el éxito del EEES. Por lo tanto estas nuevas metodologías han de sustituir paulativamente a las tradicionales para la adquisición de competencias específicas.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido financiado a través de la convocatoria del “Plan de Innovación y Buenas Prácticas Docentes 2016/2017”.

Queremos ofrecer nuestro agradecimiento a cada una de las personas que se han ofrecido a participar en nuestro proyecto. Especialmente a aquellas emprendedoras que de manera altruista han decido parte de su tiempo a ser entrevistadas Asofi Asesores; Cynara Asesores; Gliquet; Gourmet Jienense; Hoy no cocino; Innovación Creativa; La otra cafetería; La voz de Marta; Las Aventuras de Tate; Pollos de la aldea y Sopinet.

Así mismo queremos agradecer la colaboración a la unidad de Empleo de Cruz Roja Española en Córdoba, así como a M^a Rosario Fernández Pérez, cooperativista de Fiare, Banca Ética y socia miembro de FIARE Castilla y León, por facilitarnos algunos de los contactos con las emprendedoras entrevistadas para la construcción de casos de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

Baughn, C. C., Cao, J. S., Le, L. T. M., Lim, V. A., & Neupert, K. E. (2006). Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines. *Journal of developmental entrepreneurship*, 11(01), 57-77.

Díaz Casero, J.C.; Hernández Mogollón, R. y Raposo, M. (2007): “Estudiantes universitarios y creación de empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal”. En Ayala Calvo (coord.): Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro (pp. 1338-1352).

Hernangómez-Barahona, Juan; Martín-Cruz, Natalia y Martín-Pérez, Víctor (2006), La relevancia del objetivo en la medida de la ciencia. Un análisis para las ONGD españolas desde la teoría del comportamiento. *Boletín Económico del ICE*, Volumen 2884, España, Ministerio de Economía y Competitividad, pp 17–30.

Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 341-364.

Lim, S., & Envik, B. R. (2013). Gender and entrepreneurial orientation: a multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3), 465-482.

Minniti, M. (2004). Entrepreneurial alertness and asymmetric information in a spin-glass model. *Journal of Business Venturing*, 19(5), 637-658.

Sánchez Cañizares, S. M., & Fuentes García, F. J. (2010). Gender differences in entrepreneurial attitudes. Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal, 29(8), 766-786.

SDGs, U.N. (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. A/RES/70/1.

Van Dam, N. 2004. The e-Learning Fieldbook. USA: McGraw-Hill.

Veciana, J.M., Aponte, M. and Urbano, D. (2005): “University students’ attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1 (2), 165-182.

Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1).

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self- efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.

Anexos.

Anexo 1. Ejemplo de caso terminado (extracto)

Caso 1: Pollos de la Aldea

Camino de Mojados
Aldea de San Miguel
(Valladolid)

<http://pollosdelaaldea.com/contacto/>

Marina Frutos de Diego, es veterinaria de profesión y tras ocho años ejerciendo, sin embargo desde hace solo dos ha cambiado esa actividad por la ganadería.

No contaba con ninguna experiencia previa
39 años

Experiencia previa

Llevo en esta actividad dos años y empecé en ella porque yo trabajaba para una cooperativa de veterinarios y más o menos, cuando llegó la crisis se nos acabó el trabajo y nos quedamos en la calle más de 200 veterinarios. Entonces, como tampoco el panorama laboral era muy bueno ni para la mujer ni para el trabajo que yo ejercía, pues estuve como dos años en paro y al ver que no me salía nada decidí a montar una empresa un poco de lo que yo sabía hacer, que era o bien relacionado con veterinaria o bien con cría de animales.



Relación con la actividad que desarrollas ahora

Y como siempre me gustó el tema de la cría de animales, pues me decanté por criar algo y mirando así un poco hice un estudio de mercado de la zona y de lo que podía haber y encontré que nadie criaba pollo ecológico por Valladolid no había nadie y decidí dedicarme a esto. Este producto ahora se vende en Valladolid Capital y provincia a través de carnicerías o por compra directa a mí, y también se demanda en restaurantes y casas rurales.

Al ser un producto limitado que sale una vez al mes, hay que adquirirlo mediante reserva, bien a través de cualquiera de las carnicerías colaboradoras o directamente al email.

Todo empezó con un equipo de 5 personas, mucha ilusión y ganas de trabajar, al cual se unieron gran cantidad de gente amiga para dar forma a lo que ahora son las instalaciones que disfrutan nuestros pollos.

Motivos que te llevaron principalmente a desarrollar una actividad por tu cuenta

Lo comentado anteriormente y en concreto a desarrollar esta actividad la promoción de:

Principales trabas o problemas que encontró a lo largo del camino

Fue encontrar terreno, la mayoría del terreno estaba ocupado y mi familia tiene tierras pero no aquí. Al final después de mucho busca encontré un terreno que estaba sin explotar porque es muy malo y nadie lo quería, pero para lo que yo necesitaba era perfecto:

Aldea de San Miguel (un pueblo que no ha perdido su sabor rural), situado a 25 Km. de Valladolid. Se encuentra delimitada por las carreteras que comunican Valladolid-Madrid (N-601) y la autovía Valladolid-Segovia. La finca “Pollos de la Aldea” se encuentra dividida en tres zonas:

Nave cercada de 1 Ha.

Plantación de árboles frutales y hortalizas con 1 Ha.

Zona de cultivo de leguminosas y cereal con 1,5 Ha.

Aunque también he de reconocer que encontré mucha dificultad con toda la burocracia que llevaba asociada un proyecto como este (casi dos años de papeleo esperando a poder comenzar). Además, como el mío era un proyecto de tan poca envergadura pues se me complicó aún más el papeleo, pues nadie estaba acostumbrado a recibir este tipo de propuestas en la Administración y lo normal es diseñar empresas más grandes.

Principales aliados en el proceso:

Mi principal aliado ha sido una FINANCIACIÓN ALTERNATIVA:

La financiación de este proyecto supone uno de los aspectos más creativos y novedosos, ya que ha estado financiado por, donde personas particulares comprometidas con una economía social y solidaria han invertido económicamente en la creación de esta empresa.

Esta modalidad de ayudas reintegrables es promovida por la asociación Fiare de Castilla y León, de la que forman parte una veintena de colectivos sociales. Empeñados todos ellos en impulsar, poco a poco y desde abajo, un modelo económico que no sólo tenga en cuenta la rentabilidad financiera y el beneficio, sino también, y sobre todo, la utilidad social, Este modelo implica una reflexión sobre el papel social del ahorro.

Esta opción permite que unas personas ayuden a otras al margen de los mecanismos convencionales de préstamo. Todo ello, desde la convicción de que otra economía es posible, de que podemos construir otro mundo diferente y mejor organizado.

La implicación de personas cercanas y menos cercanas en el proceso de creación de la nave, nos aporta “la cooperación” como principio básico de nuestras relaciones, poniendo sobre el entorno conocimientos y herramientas que han posibilitado el desarrollo del proyecto. La participación de personas del pueblo de manera directa o en campos de trabajo sitúa al proyecto “comprometido con su entorno”.

FIARE CyL desarrolla una economía social, solidaria y transformadora de la que forma parte este proyecto, enmarcado, todo ello, dentro de una ética en la forma de invertir el dinero y de una responsabilidad social empresarial.

Puntos fuertes y débiles del negocio

Los principales puntos fuertes es que se trata de un producto ecológico-que está en alza- en el que yo controlo y hago todo el ciclo. Además, para ello, cuento con una formación que suele ser superior a la que cuentan otras personas que se dedican a ello, pues soy veterinaria. Y las débiles es que como yo controlo todo, es más fácil que se me escape algo.

Amenazas y oportunidades

La competencia no es muy alta porque yo antes de emprender la actividad hice un estudio de mercado y vi que por esta zona nadie se dedicaba a ello.

Futuro, cuáles son tus próximos proyectos

Mi próximo proyecto es terminar la parte de la finca dedicada a frutales, y poder así vender tanto pollos como frutas, lo que pasa es que empecé hace dos años y todo lleva mucho tiempo. Estamos en ello.

Principales problemas a los cuales se enfrenta la mujer que quiera desarrollar una actividad empresarial por cuenta propia

En mi caso más que como mujer me enfrente a problemas por ser madre, pero sí que me enfrente a problemas por ser mujer en relación, por ejemplo, a que mucha gente dudaba de si yo iba a ser capaz de desarrollar el proyecto, y más en mi caso cuando soy muy bajita y delgada (muchos pensaban que no tengo suficiente fuerza). Y bueno, digo lo de ser madre porque cuando empecé con esto tenía dos hijos muy pequeños aun y fue muy complicado. Ahora estoy muy contenta, porque, aunque ser autónomo supone mucha dedicación yo me gestiono mi tiempo y me organizo. Vengo por las mañanas cuatro horas a la granja, me voy a casa y me encargo de los chicos y luego vengo otras cuatro horas. Además, si me sale algún encargo de veterinaria clínica (como vacunaciones), tengo mucha flexibilidad para organizarme.