

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:

Núlan

**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/86/>

Los microemprendedores y sus necesidades de formación: educación a distancia y género¹

The Microundertakers and their Training Needs: Distancia Education and Genre

E. Garmendia*
S. Malvassi*
O. Mucci*
A. Rainolter*
C. Suarez*

RESUMEN / SUMMARY

La interrelación entre los microemprendimientos y la capacitación con modalidad a distancia, atendiendo la perspectiva de género, se constituye en el entramado que da sustento al trabajo desde un enfoque interdisciplinario. Se han obtenido insumos que permiten definir una oferta de capacitación cuyas temáticas, estrategias y modalidad se adecuen a reales necesidades de los microemprendedores y particularmente de las microemprendedoras, que residen en las localidades de asiento de los CREAP del SUA².

El contacto con 117 microemprendedores/as de 16 localidades permite establecer que las ofertas de capacitación deben contemplar una organización curricular acorde a las características de los destinatarios, a sus necesidades y a la modalidad a distancia: duración de uno a dos meses, encuentros espaciados local y regionalmente con una carga horaria interencuentro de 7 horas semanales promedio, prevaleciendo como soportes el impreso, video o audio. Las temáticas principalmente demandadas son comercialización / *marketing*; costos; aspectos impositivos legales y contables.

* Fondo de Capital Social (FONCAP) – UNMDP: Facultad de Cs. Económicas y Sociales – Sistema de Educación a Distancia: Universidad Abierta – MGP: Subsecretaría de la Mujer.

The interrelation between microundertakings and Open University Education taking into account the genre perspective, becomes the net which supports this research from an interdisciplinary point of view. The achieved results allow us to define a training offer, whose subject matter, strategies and modality adapt to the microundertakers' real needs, and particularly to those who reside in the CREAP (Regional Centres of Open and Permanent Education) and SUA locations (Open University System). The contact with 117 microundertakers' from 16 locations let us state that training offers should consider a curricular organization in agreement with the applicants' characteristics, their requirements and the Open University modality.

It should last one or two months, with spaced local and regional meetings and with a duration of seven hours a week average.

The supporting material will consist of videos, audio cassettes or printed materials, Trading and Marketing, Costs and Accounting and Legal Taxation Features are the most required topics.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Microemprendimientos, demandas, capacitación, perspectiva de género, educación a distancia.

Microundertakings, demands, training, perspective of genre, distance education.

INTRODUCCIÓN

Emprendimientos productivos, microempresa y microemprendimientos son definiciones técnicas de alternativas laborales de algunos sectores desplazados de la economía formal. Los integrantes de la mayoría de los microemprendimientos cuentan con limitados conocimientos que no les permiten articular estas experiencias en un mercado altamente competitivo.

Son múltiples las causas que remiten a la naturaleza y carácter de los emprendimientos productivos, sus límites analíticos son difusos y las conclusiones del tema requieren estudios sistemáticos. Sin embargo, de esta investigación surgen innumerables variables diferenciales desde el punto de vista económico, jurídico, social y educativo. En muchas oportunidades la realidad muestra unidades de actuación que surgen para

mantener y/o incrementar ingresos de los sectores populares. Ello trae como consecuencia un correlato casi inseparable: la economía informal, la economía no registrada en sectores de pobreza urbana principalmente. A los fines de la investigación los atributos que distinguen los diferentes tipos de microem-prendimientos revelan una extrema heterogeneidad que dificulta una clasificación precisa. Tal vez las enunciaci-ones más cercanas son:

OIT	FONCAP
<i>Utilización de recursos locales.</i>	Autogeneración de empleo
Organización familiar	Carácter familiar
Producción en pequeña escala.	Pequeña escala
Utilización de tecnologías de baja complejidad.	Escasa utilización de tecnología
Mano de obra intensiva.	Uso intensivo de mano de obra
Escasos requerimientos laborales.	Escasa organización y división del trabajo.
<i>Operación en mercados competitivos y no regulados.</i>	Generalmente informal.
	Reducida dotación de activos fijos.
	Alta rotación de capital
	Su principal capital suele ser su historia de trabajo.

El acceso de la mujer a la creación y desarrollo de microemprendimientos y microempresas remite a lo siguiente: las valoraciones normativas que la sociedad adjudica a hombres y mujeres, fundadas en la construcción histórica de los estereotipos de género. Roles y posiciones se entrecruzan explicando comportamientos en el ámbito doméstico-familiar, a través del ejercicio de comportamientos que la sociedad espera: hombre sostén económico del hogar y mujer sostén socio-afectivo de la familia. Si bien la familia es un sistema, la microempresa también lo es. Un cambio en uno repercutirá indefectiblemente en el otro. Los límites aún son más imprecisos en el caso que las microempresas sean familiares.

En referencia a los estudios sobre educación y trabajo de las mujeres, se desprenden algunas líneas importantes para el diseño de políticas educativas y de capacitación para la empleabilidad. La educación a distancia ha mostrado su aporte a la formación de los adultos que trabajan, pero se presenta particularmente apropiada para las mujeres. Esta modalidad posibilita el acceso equitativo a grupos que no podrían acceder a la enseñanza presencial de tiempo completo o la eligen como una alternativa posible para su formación.

Cualquier política de empleo y/o capacitación no debería considerar a las mujeres sólo individualmente, sino contextualizarlas en la familia que condiciona aspectos vinculados con la posibilidad de seguir estudiando y de emprender actividades económicas.

La perspectiva de género en esta investigación constituye un marco interpretativo de la realidad que compromete desde la elaboración de instrumentos de recolección de datos hasta la interpretación de los resultados.

Obtener insumos para definir ofertas de formación para microemprendedores en el ámbito de los municipios de la Provincia de Buenos Aires que integran el Sistema de Universidad Abierta (en adelante SUA), ha sido el propósito de esta investigación, junto a la construcción provisoria de conocimientos teóricos, metodológicos y epistemológicos en las áreas abordadas: la microempresa en el desarrollo, la perspectiva de género y políticas públicas de educación no convencional.

La perspectiva interdisciplinaria y la posibilidad de un intercambio interinstitucional, atendiendo a los organismos de pertenencia de los integrantes del grupo, brindó un marco de referencia apropiado a los objetivos planteados. La estructura organizativa del SUA constituyó una plataforma de acción indispensable para la operativización. Experiencias previas despertaron el interés por las necesidades que pudieran tener microemprendedores/as de la región señalada, que no constituyen un segmento homogéneo, para quienes las ofertas de capacitación, en muchos casos, resultan escasas, al mismo tiempo que se considera que la modalidad no presencial se presentaría como particularmente apropiada para las mujeres.

El contacto con 117 microemprendedores/as pertenecientes a 16 localidades de la zona mencionada permitió conocer sus características, con relación al contexto sociolaboral, a los niveles educativos y a sus emprendimientos y a las demandas sobre temáticas de interés y opciones didácticas apropiadas. Los tramos recorridos fueron:

a) análisis documental sobre: los microemprendimientos, el posicionamiento de la mujer y la educación a distancia

b) realización de entrevistas focalizadas institucionales (municipalidad, cámaras y organismos del sector, organizaciones no gubernamentales) y personales (actuales y potenciales emprendedores)

c) sondeos de opinión

d) relevamiento de información referida a microemprendimientos pertenecientes a las localidades de asiento de los Centros Regionales de Educación Abierta y Permanente (en adelante CREAP) del SUA

e) confección de instrumentos a utilizar para recolectar la información

- f) entrenamiento de encuestadores de los 21 CREAP del SUA
- g) administración de instrumentos y organización, análisis e interpretación de los datos

La mayor dificultad: imposibilidad de acceder a bancos de información centralizados.

Se espera que los resultados obtenidos en este trabajo, contribuyan a un mejor conocimiento del sector, especialmente para aquellos municipios que participaron del estudio, que podrían constituirse en copartícipes para la generación de propuestas de formación que atiendan a la diversidad, la complejidad y las necesidades de los/as microemprendedores/as.

ACERCA DE LA METODOLOGÍA: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y SU ADMINISTRACIÓN

Un propósito como el de esta investigación sólo puede concretarse a través de la consulta a los destinatarios. Por tal motivo se diseña un cuestionario semiestructurado y se recurre al personal del SUA, residente en las localidades de asiento de los CREAP: los asistentes educativos, como vínculo eficaz para establecer los contactos necesarios.

LA CONFECCIÓN DEL INSTRUMENTO: El cuestionario se elabora específicamente para este trabajo, luego de concretar diferentes táreas, además del análisis documental y bibliográfico:

- a) realización de entrevistas abiertas a informantes clave;
- b) sondeos de opinión en dos grupos³, complementando diferentes técnicas:
 - b.1) cuestionario autoadministrado y b.2) entrevista grupal en profundidad.

Los datos obtenidos aportan insumos para confeccionar el instrumento definitivo que se estructura en torno a tres ejes: Eje 1: "Datos de segmentación" (perfil personal); Eje 2: "Temas y características apropiadas para una posible oferta de capacitación" (expectativas); Eje 3: "Aspectos relacionados con la participación en las microempresas".

ADMINISTRACIÓN DEL INSTRUMENTO: Los aspectos cuanti y cualitativos se complementaron en la selección de las personas a contactar. Con relación al primero, se presentó como dificultad cuantificar el universo de los/as MCES/AS en el área geográfica considerada, lo que demandó evaluar múltiples variables y alternativas. Surge así la necesidad de hacer intervenir dos factores de incidencia proporcional: 1) la Población económicamente activa (PEA)

de cada localidad y 2) la cuantía de los emprendimientos. Sobre la base de los datos extraídos del informe "Perfil de la Microempresa" -FONCAP- se construye un índice de correlación (intersección nula) entre el número de emprendimientos y la PEA en partidos del Gran Buenos Aires: $y = 0.0061x$. Éste se aplica luego para el caso de las localidades que se incluyen en la investigación: definiendo el vector PEA_i, donde cada PEA_i, con 1£ i 20£ , es la PEA de la localidad i y el vector $M = 0.0061 \cdot \text{PEA}$, siendo los M_i las referencias buscadas sobre los emprendimientos. Atendiendo a la capacidad operativa del grupo de trabajo: 200 encuestas y distribuyendo proporcionalmente dicho total en los M_i , se define T como $T_i = 200 \cdot M_i / S M_i$:

CREAP	Ti	CREAP	Ti	CREAP	Ti
A. ALSINA	5	C. SUÁREZ	18	NECOCHEA	25
AYACUCHO	7	DOLORES	7	PEHUAJÓ	11
BALCARCE	13	G. ALVARADO	9	PERGAMINO	28
B. JUÁREZ	6	G. MADARIAGA	5	PUAN	5
BOLÍVAR	10	G. VILLEGAS	8	T. LAUQUEN	10
C. CASARES	6	HENDERSON	3	V. GESELL	5
C. PRINGLES	13	LAS FLORES	6		

Inicialmente se planifica no incluir a Mar del Plata, por diversos motivos de carácter operativo y económico, pero luego se presenta la posibilidad administrar el instrumento a 13 MCES/AS que participaron de la Feria Anual Rural en nuestra ciudad en enero de 1999.

Se receptionan 117 encuestas (104 - 52% del total previsto y 13 de Mar del Plata):

CREAP	Rec.	%	CREAP	Rec.	%	CREAP	Rec.	%
A. ALSINA	4	80	C. SUÁREZ	15	83	MARD. PLATA	13	0
AYACUCHO	7	100	DOLORES	1	14	NECOCHEA	19	76
BALCARCE	0	0	G. ALVARADO	8	89	PEHUAJÓ	4	80
B. JUÁREZ	6	100	G. MADARIAGA	0	0	PERGAMINO	28	0
BOLÍVAR	9	90	G. VILLEGAS	8	100	PUAN	4	80
C. CASARES	1	17	HENDERSON	3	100	T. LAUQUEN	6	60
C. PRINGLES	6	46	LAS FLORES	6	100	V. GESELL	1	20

Para la selección de los/as microemprendedores/as se fijaron los siguientes criterios: sexo - rama de actividad - tipo y antigüedad del emprendimiento - cantidad de integrantes.

¿QUÉ MICROEMPRENDEDOR/A EN QUÉ MICROEMPRESA?

Este apartado intenta caracterizar y delinear los rasgos principales de los microemprendedores/as y de los microemprendimientos en los que

participan. El tratamiento otorgado a los datos obtenidos intenta configurar perfiles de estos interlocutores que permiten una lectura contextualizada de sus demandas de formación.

Del total analizado resultó que: son titulares 58 hombres y 45 mujeres y entre ellas 15 (33% respecto del total de mujeres) son jefas de familia, lo que demuestra la existencia de hogares matrifocales que no significa, en todos los casos, la ausencia de cónyuge (casi un 50% de estas 15 mujeres viven con su cónyuge), sino que su condición de jefas es determinada por constituir su ingreso el principal aporte económico.

A pesar del hecho que la titularidad de los microemprendimientos es semejante entre hombres y mujeres (58 y 45 respectivamente, que representan 89% y 87%), la jefatura de familia se mantiene ejercida por el hombre (el estudio de la dependencia entre las variables "sexo" y "jefe/a de familia" se confirma a través de $X^2_{obs} = 41.23$; $gl = 6$; $n = 117$; $p = 2.6 E-7$).

Una de las limitaciones que enfrenta el dato "jefa/e de hogar" es que no refleja necesariamente la expresión real del ejercicio del rol de jefatura. La limitación más frecuente es metodológica y queda librada a la opinión de la persona que responde al cuestionario. La jefatura declarada es asignada mayoritariamente al hombre, resultando una posible subenumeración de las mujeres "jefas de hecho" posiblemente fundamentada en la construcción de los géneros, producto de los valores culturales tradicionales. Se evaluó que hubiera sido conveniente para la recolección de este dato reemplazar "jefe/a de hogar" por "principal proveedor/a o perceptor/a de ingresos" (Geldstein, 1994: 11).

Con relación al análisis de la edad, vinculado al caso de las mujeres, la franja etárea comprendida entre menos de 29 años y hasta los 36 arroja un porcentaje de 34,6%. Este tramo de edad, en las mujeres, está ligado a la etapa del ciclo vital en la cual tienen una mayor dedicación a la crianza de sus hijos, factor limitante para el trabajo remunerado. En contraposición, se advierte una marcada diferencia con la franja comprendida entre 36 y más de 50 años (63%). Aunque la microempresa, por sus características y en los casos que coincide que la actividad se desarrolla en la unidad doméstica, le facilita a la mujer articular el rol productivo con el reproductivo.

Toda la información referida a la situación ocupacional aproxima a corroborar que la crisis desencadenó cambios en la estructura económica y social, evidenciados en la escisión entre la economía formal y la informal. La agudización de la crisis de los noventa también demuestra que las políticas de ajuste han impactado diferencialmente entre los

hombres y las mujeres: a los primeros, por que sufrieron la exclusión del mercado laboral, y a las mujeres, por que debieron desplegar estrategias múltiples en el ámbito de lo público y privado para compensar la caída del ingreso en la familia. Este análisis global induciría a observar este fenómeno de exclusión manifestado por la segmentación del mercado de trabajo, la heterogeneidad de demandas fragmentadas, y también la aparición de “potenciales nichos de trabajo”. Entre ellos se encuentran los microemprendimientos o microempresas que por sus características de escasos requerimientos de calificación se presentan como actividades de refugio que inicialmente pueden ser planteadas como ingresos complementarios pero ante el agravamiento de presiones económicas constituyen la fuente del principal ingreso económico. Esta interpretación se asocia a la mayor concentración de microemprendimientos en los intervalos de menor antigüedad, es decir microempresas creadas a partir de la década de los 90, (Tabla 1).

Es importante destacar que el caso en que los aportes monetarios son realizados por ambos cónyuges se encuadra en la necesidad de la salida laboral de la mujer para mantener los ingresos del grupo familiar que, probablemente, hayan disminuido en montos económicos, o en la reducción de los patrones de consumo y que no significa necesariamente que la mujer encuentre trabajos con una mayor retribución económica que la motive a la búsqueda del empleo, sino que responde a los requerimientos del ajuste de la crisis. Este análisis es extensivo a otros miembros de la familia, por ejemplo, los hijos. Se consideran como estrategias para mantener su rango y *status* que quizá hayan tenido en el pasado.

El aporte complementario al del jefe/a del hogar está dado por:

- De las 18 jefas de hogar (35% del total de las mujeres), se constituyen en el único sostén económico 11 de ellas (61% respecto de las jefas). De estas jefas mujeres, 8 tienen marido/compañero, de los cuales 6 no aportan ingresos.

- De los jefes del hogar, sobre 65 hombres, 55 son jefes (86%). De este grupo hay: 17 casos (31%) en que los varones son el único sostén económico del hogar, 21 casos (38%) en que su esposa o compañera aporta al ingreso del hogar, el 15% (8 hombres) no responden el ítem y en los restantes casos, el jefe varón tiene el aporte de otros miembros de su familia (hijos, madres, padres, otros).

Como consecuencia del análisis de los valores comparativos entre sexos y ante el interrogante sobre si estas dos características (nivel de estudios y sexo) resultan ser dependientes, se analiza la cuestión en términos esta-

dísticos. Los resultados revelan que la dependencia, pese a ser rechazada, puede presentarse “dudosa”: $X^2_{\text{obs}} = 10,48$; $gl=6$; $n=117$; $p=0,063$). No obstante, lo concluido de este análisis cuantitativo es que las mujeres tendrían niveles de estudios más altos que los hombres (Tabla 2).

El conocimiento de la cantidad de empleados y dueños permite determinar el tamaño del emprendimiento. El grupo mayoritario es el que corresponde a unidades productivas con 1, 2 o 3 integrantes (61 %). Esta tendencia se mantiene tanto para el caso de las mujeres como de los hombres. La situación se presenta también equitativa para ambos sexos, en cuanto a los emprendimientos que tienen 4, 5 o 6 empleados (22%). En cambio, las diferencias son amplias para los casos de mayor cantidad de integrantes.

En el grupo de los microemprendimientos colectivos (80–73%), es casi equivalente la proporción de los que son familiares de aquellos que no lo son (54% y 46% respectivamente, 8 casos no responden). Las mujeres participan principalmente de microempresas familiares en relación con los hombres (65 % y 46% respectivamente de un total de 31 mujeres y 41 hombres integrantes de microemprendimientos colectivos).

El ítem cuyo propósito es clasificar los micromprendimientos por rama de actividad, arroja datos que se muestran en el gráfico N° 1 y que se refieren a la zona geográfica donde se radica la microempresa (Figura 1).

EDUCACIÓN A DISTANCIA PARA LOS/AS MICROEMPRENDEDORES/AS: EXPECTATIVAS Y DEMANDAS DE FORMACIÓN. UNA VISIÓN DESDE SUS PROTAGONISTAS

“Los diferentes saberes científicos construyen sus propios lenguajes, los mismos que tienden a organizarse en forma inalcanzable para aquellos que no pertenecen a la comunidad científica en particular de que se trata. Organizan su propio discurso que contribuye al ejercicio simultáneo de un poder y de un saber, en su materialidad de acontecimiento histórico. El poder y el saber están indisolublemente unidos; el uno es engendrado por el otro, de manera que la arqueología del saber vendría a ser una genealogía del poder” (Foucault, 1972, 33).

EXPECTATIVAS DE FORMACIÓN: este apartado se centra en las expectativas y demandas de formación. Ambas construyen el espacio de la necesidad de formación, entendido como la discrepancia entre lo existente y lo deseado. Lo deseado constituiría, entonces, un estado de desarrollo esperado a partir de la motivación y aspiración del sujeto y/o a partir

de la prescripción de la autoridad o la norma institucional o social. La persona transcurre por tramos e itinerarios formativos en los que se relacionan y entran momentos de formación, de trabajo, de capacitación, de asesoramiento y hasta de perfeccionamiento y de asistencia técnica. Estos pueden darse en el trabajo y/o en ámbitos de la educación formal y/o no formal. El término formación siempre estuvo ligado al sentido más abarcativo y comprensivo de la actividad educativa en la vida de la persona, y para este estudio ese sentido amplio se ha querido considerar especialmente.

Por entender a las expectativas y a las demandas como dos puntos del gran capítulo de las necesidades de la formación, se agrupan para su presentación. En el caso de las expectativas, se recurre a un conjunto de estrategias de abordaje diferentes a las utilizadas para las demandas. Los primeros datos cuali y cuantitativos hallados iluminan acerca de la variedad y dispersión de expectativas y la amplitud de las aspiraciones con respecto a lo que los interlocutores “esperan” recibir para responder a sus necesidades de formación. Aparece fuertemente expresado el deseo de recibir asesoramiento y asistencia de profesionales como un primer paso de formación o de autoconocimiento de sus propias posibilidades de “hacer”, y una vez superado el “trance”, recién entonces desentrañar y petitionar sus necesidades de “aprender” incluso temáticas no previstas ni conocidas. Luego de la aplicación de un cuestionario autoadministrado a un grupo de 24 actuales y potenciales microemprendedores/as, participantes de cursos de capacitación del sector, se pueden distinguir algunos rasgos que caracterizan este tipo de microemprendedores/as: a) más del 70% de mujeres poseen título primario y predominan los casos en que el mayor título es el secundario; b) 61% participan en microempresas y principalmente ésta es la actividad principal; c) las temáticas más requeridas, vinculadas con necesidad de capacitación y asesoramiento, en orden decreciente son: *marketing/comercialización*, computación; d) optan por modalidades de estudio para una futura capacitación, con las siguientes características predominantes: frecuencia de encuentros: semanal –duración total: menos de 2 meses–; carga horaria: inferior a 3 horas. La entrevista grupal permitió advertir un alto nivel de heterogeneidad en las solicitudes de insumos educativos, que incluyen el asesoramiento puntual en la rama de actividad específica y un alto nivel de requerimiento en temas “tradicionales” de capacitación. Las respuestas sobre los medios dan cuenta de un gran desconocimiento en el ámbito de los microemprendedores/as incipientes y/o en pequeña escala, de innovadoras

modalidades de formación. Otro cuestionario posterior, administrado a mujeres⁴, orienta los últimos ajustes para la confección del instrumento definitivo. El acercamiento inicial a estos y otros interlocutores permitió confirmar ciertos supuestos acerca de los modos y estrategias de oferta de capacitación y asesoramiento existentes para esta población y la búsqueda de precisiones respecto a la demanda. Por un lado pareciera existir una abundancia de ofertas de atención de distinto orden de necesidad que abarcan desde líneas de crédito hasta cursos de capacitación de variada extensión (Proyecto Microempresas, FOGABA, Programa Provincial de Microempresas del IDEB, Programa de Apoyo a la Reconversión Productiva). El primer diagnóstico muestra: a) diversidad y expansión de la oferta y b) fragmentación y escisión de las políticas de educación no formal y sus ofertas complementarias de formación profesional, y capacitación y c) desconocimiento de nuevas temáticas y oportunidades de formación así como de nuevas tecnologías y modalidades educativas.

LAS DEMANDAS DE CAPACITACIÓN: MODALIDADES EDUCATIVAS: la Universidad Nacional de Mar del Plata -UNMdP- ofrece una amplia gama de cursos de actualización, capacitación y perfeccionamiento generados en sus facultades, y dependencias de rectorado, entre otros, el SUA. La demanda de capacitación se entiende como la información obtenida en distintas instancias de un proceso dinámico que incluye desde la fase inicial (su construcción desde el reconocimiento de la necesidad de capacitación o actualización) en cada microemprendedor/a y su transformación en objeto de "solicitud expresa" a través de los cuestionarios de aplicación individual. Mientras tanto, la demanda potencial de capacitación y actualización es la que expresarían todos los/as microemprendedores/as con asiento en la Prov. de Buenos Aires y de otras áreas que pudieran tomar las ofertas educativas de la UNMdP.

a) **Las temáticas:** el grupo de temáticas surge a partir del aporte de informantes clave y de indagación documental, estableciendo aquellas consideradas prioritarias para el desarrollo de la microempresa. Se consultó sobre temas considerados pertinentes para la creación, desarrollo y consolidación de la microempresa como: "comercialización/marketing", "costos" y "acceso al crédito", "recursos humanos(*)" e "informática" dado que los avances tecnológicos han invadido el campo laboral modificando modos tradicionales. Como proyección hacia futuras líneas de capacitación, se indaga sobre temas de específicos (producto o servicio), (Tabla 3).

El alto grado de importancia atribuido a la posesión de conocimientos sobre comercialización y *marketing*, se encuadra en las tendencias generales. Se supone que “*marketing*”, en el imaginario de este público, está ligado estrechamente a estrategias de inserción en los mercados altamente competitivos. El tema de la comercialización es requerido por los/as microempren-dedores/as porque se entiende que, si bien conocen la fase de producción, tienen serios inconvenientes en la distribución y en la colocación de los productos y/o servicios. La baja demanda en temas relacionados con los aspectos impositivos/legales plantea un interrogante en dos líneas relativas al microemprendimiento: a) consolidados que pueden contar con asesorías privadas y b) ubicados en la economía no registrada y/o subterránea. Esto remite a la tipificación de la microempresa como un universo fragmentado y heterogéneo, y al microemprendedor/a como aquel que sólo demanda lo que ya le es conocido.

La selección del tema “informática” parece más relacionada con las tareas de índole administrativa y organizativa del microemprendimiento que con procesos de producción y comercialización, dado que estas unidades productivas se caracterizan por la escasa utilización de tecnología. Dentro de este conjunto de demandas de capacitación se perfilan dos agrupamientos que estarían vinculados con: a) necesidades más urgentes referidas a costos, comercialización, *marketing*, informática, etc. y b) necesidades estratégicas: conocimiento de las propias capacidades y habilidades; interacción de los miembros en sus diferentes *roles*, entre otras. No surgen diferencias significativas entre la selección realizada por hombres y mujeres, aunque algunos temas: “crédito” y “conocimiento de las propias capacidades y habilidades”, remiten al planteo de interrogantes diferenciales para cada sexo. El crédito implica asumir una conducta de “riesgo”. Por constituir estos sectores socioeconómicos un segmento de la economía popular con reducido capital económico, el acceso a créditos surge ante dos posibles situaciones: a) la expansión, b) la amenaza ante la posible pérdida de pertenencias materiales. Los hombres asumen riesgos empresariales, atendiendo a aspectos socioculturales que los han entrenado en el campo de los negocios, principalmente masculino, mientras que las mujeres tienen un comportamiento más conservador ya que compatibilizan las necesidades de la familia y lo que significaría la pérdida de su único capital.

Se realizaron cruces entre los temas demandados, la rama de actividad y el nivel de estudios. Para cada rama de actividad las tendencias se mantienen dentro de las proporciones generales de selección de temáti-

cas. Extrayendo las opciones que concentran las mayores frecuencias en la rama y el tema, los valores se distribuyen en forma homogénea, se supone que no hay una relación de peso entre los diferentes sectores de actividad y los temas demandados. Existe un reconocimiento por parte de la mayoría de los MCES/AS, de la posesión de un bagaje de conocimientos, competencias y habilidades que les permite producir un bien u ofrecer un servicio, es decir contar con un “saber hacer” que quizás le dio origen al microemprendimiento. Sin embargo, los datos dan cuenta de que ser poseedor, exclusivamente, de este tipo de saberes no alcanza para garantizar la expansión de la microempresa y por ende la promoción social y la vinculación con el desarrollo local. Las necesidades de capacitación surgen, según Serrao (1998: 227), cuando a partir de la modificación del conocimiento teórico el ejercicio de la técnica se dificulta y se produce la ruptura de “una cadena de saberes”. En contextos diversos y cambiantes, surge la necesidad de una formación polivalente a lo largo de la vida. Indudablemente, la perspectiva de la formación continua lleva a pensar en propuestas abiertas y flexibles que permitan compatibilizar el desarrollo de competencias específicas y generales con los avances científicos y tecnológicos. Ello requerirá desarrollar su capacidad de “aprender a aprender” y a establecer nuevos itinerarios formativos.

b) La organización curricular, la carga horaria: La capacitación se presenta para el adulto como un desafío ligado a la resolución de problemáticas que surgen, en este caso, del ámbito laboral, generando la necesidad de adquirir nuevos conocimientos, habilidades o competencias que le permitan la superación de sus requerimientos. Estas necesidades de capacitación estarían vinculadas a la urgencia, a la pronta resolución. Se trata de adultos que trabajan en promedio 52 horas semanales y esto incide en el poco tiempo que pueden dedicar al estudio por semana (7 h en promedio). ¿Es posible la “pronta resolución en poco tiempo y con baja posibilidad de dedicación al estudio?” Esto constituye un desafío que requiere la combinación de diversas estrategias, recursos y medios como una parte importante del entramado didáctico a construir a partir de los aportes de los/as microemprendedores/as: frecuencia, duración, y localización de los encuentros; y la duración del curso. El curso “tipo” que resulta de las opciones más elegidas, si se tiene en cuenta que sería cursado en la ciudad de residencia, es aquel cuya duración es inferior a dos meses, con encuentros semanales que no superan las tres horas. La fuerte pregnancia del modelo tradicional de enseñanza, de cortos encuentros semanales, es el que ha imperado a la hora de elegir una forma de estu-

dio. El modelo instituido de aprendizaje conserva su valor aún más allá del consiguiente perjuicio para la persona que deposita como único valor de “enseñanza” al sostenido en la clase presencial, probablemente a través de clases magistrales que no superen las tres horas. Las elecciones se asocian además a la mínima dedicación al estudio fuera de los encuentros por semana. Por ejemplo, el grupo de mujeres que optaron por estudiar en su ciudad de acuerdo a las características mencionadas, puede destinar al estudio un promedio de entre 4 y 5 h semanales, mientras que las que optaron por encuentros quincenales, proponen una dedicación significativamente mayor (10 h), (Tabla 4).

En el caso de las actividades a realizarse en otra ciudad, el curso “tipo” sería aquel que no excede los dos meses, con encuentros quincenales de 3 a 6 horas de duración. La frecuencia mensual en no más de dos meses también se adapta a las necesidades de un grupo importante. La opción por ofertas de más corta duración que atiendan a necesidades puntuales vinculadas a las temáticas priorizadas, resulta la demanda emergente para dar rápida solución a las problemáticas del sector, de alguna manera vinculadas al tipo de conocimiento que quieran actualizar. El encuentro presencial es rescatado como un dispositivo didáctico promotor y generador de los modos más ricos de deconstrucción, construcción y apropiación del conocimiento, (Tabla 5).

La demanda por cursos cortos respondería más a una actualización (conocimientos y habilidades previas devenidas obsoletas) que a una capacitación (adquisición de competencias básicas). Por ejemplo, la segunda temática elegida es “informática”, área de conocimiento sensible a la posibilidad de que sus procesos y modos de utilizar sus herramientas caigan en desuso. Estos cursos apelan a la adquisición de competencias en permanente transformación, en tanto conjunto de propiedades que rápidamente sufren cambios y que deben ser sometidas a la prueba de la resolución de problemas concretos. Todo ello en situaciones de trabajo que entrañan ciertos márgenes de incertidumbre y complejidad técnica y dan cuenta de que la enseñanza y el currículum son estratégicos y las actividades a proponer están y estarán histórica y espacialmente localizadas. En tanto itinerarios formativos, las consecuencias de las actividades de capacitación son sociales y no sólo un problema de incumbencia personal. Relacionado al tema de las “competencias”, al diseñar propuestas de capacitación para este sector, será necesario conjugar la diversidad y la heterogeneidad de este grupo de microemprendedores/as. Por ejemplo, la temática costos es seleccionada a la vez por un grupo importante de

mujeres que tienen como máximo nivel de estudios el secundario, y un grupo más importante pero cuyo nivel máximo de formación es el primario. Con niveles de formación previos tan disímiles, se requerirá una organización curricular flexible que contemple tramos con diferentes niveles de profundidad y complejidad. Si bien se parte del conocimiento exclusivo de nivel de estudios obtenido a través del sistema formal, no se desconoce que nuestro destinatario seguramente ha realizado itinerarios formativos que van más allá de los ofrecidos por el sistema formal de enseñanza. Para el caso de la temática informática los/as microemprendedores/as que la eligieron tienen en su mayoría estudios primarios. Aún dentro de un grupo de personas que detentan idénticas credenciales educativas, es probable que haya un número de personas cuyas “competencias” estén cercanas a las de los analfabetos funcionales o por desuso, es decir, susceptibles de presentar dificultades en habilidades básicas y con alto nivel de discrepancia en sus competencias “reales” para apropiarse de información.

c) **Los soportes y las mediaciones:** la implementación de propuestas con modalidad a distancia requiere utilizar diversos medios a modo de herramientas mediacionales. Conocer los procesos cognoscitivos necesarios para resolver la tensión entre necesidades y expectativas de formación y oportunidades educativas permitirá hacer un uso adecuado de los soportes tecnológicos que optimice las potencialidades de cada uno de ellos. Estos mediadores instrumentales educativos son definidos por Muraro, Watson y Carbone, como “...una modalidad alternativa de mediación pedagógica, cuya naturaleza distintiva resulta de la convergencia de una organización didáctica, es decir de un conocimiento seleccionado significativamente, estructurado para su transmisión sistemática, y un soporte tecnológico cuya elección y empleo se justifica por sus competencias (...) para vehicular dicha mediación” (Carbone, 1999: 22).

La base para la toma de decisiones en torno a la selección más pertinente de los medios a utilizar en los cursos se constituye tanto por la potencialidad de cada uno, como por su capacidad de integración y la adecuación al perfil de los destinatarios. La opción por parte de los/as microemprendedores/as por determinados materiales de estudio presenta, en orden decreciente, la posibilidad de trabajar con: impreso, video, audio, muy por debajo, se opta por CD-rom, disquetes y correo electrónico y en último lugar se elige la posibilidad de realizar búsquedas en Internet, (Tabla 6).

No se advierte un comportamiento diferencial por sexos, el material

impreso mantiene el liderazgo, advirtiéndose que muy pocas personas tienen posibilidad de utilizar Internet como herramienta de estudio, dato que se asemeja a otros de nivel internacional.

En un futuro no tan lejano se puede entrever la posibilidad de contar con variados modos de conexión a bajo costo para los habitantes de la zona de influencia de los CREAP. Ellos permitirían hacer un óptimo uso de Internet y correo electrónico como estrategia didáctica, incluidas videoconferencias. La perspectiva de que “la educación es intrínsecamente política, pues afecta a las oportunidades vitales de los que intervienen en el proceso, en la medida en que afecta a su acceso a una vida interesante y a un bienestar material” (Carr y Kemmis, 1886:56) cobra en este caso una doble fuerza. La constante del acceso desigual a los modos de comunicación, canales de información y por ende, oportunidades de apropiación del conocimiento, se entrelaza con los desniveles de capital cultural obtenidos a través del sistema formal y no formal. Esta inequidad pareciera guardar estrecha relación con la situación que refleja la demanda de formación para el área de informática. Allí aparece tan fuertemente la demanda en los que poseen menores titulaciones (primario en hombres y mujeres), como en el caso de la temática acceso al crédito, donde los que más solicitan esta formación son hombres y mujeres con nivel primario. Los hombres, aún con menor titulación que las mujeres, demandan el abordaje de ciertas temáticas aparentemente con una actitud menos conservadora. En este caso, en todas las demanda aparece una diferencia notable (más del 10 % por debajo en cada nivel en el caso de la mujer). El material impreso mantiene la principal elección independientemente del nivel de estudios y de la temática elegida, recreando la situación más tradicional en las opciones de uso de medios en la educación a distancia.

Es significativo, y de algún modo paradójico, que la situación reflejada en la población objeto de este estudio pareciera “compensar” déficit de información o formación. Tal es el caso del grupo de los microemprededores/as que habiendo elegido el tema “informática” para capacitarse (mucho más del 60% con estudios primarios y secundarios completos), manifiestan tener la posibilidad de leer material impreso en un 68% en el caso de las mujeres y en el caso de los hombres en un 89%. Sólo el 13% de este mismo grupo (aún incorporando graduados universitarios y terciarios) informa tener la “posibilidad” de acceder a conexiones de correo electrónico para recibir o enviar mensajes. En el caso de Internet, el 17% tiene medios para realizar búsquedas, y poseen estudios de nivel medio o superior en una

importante mayoría. Mientras tanto, los microemprendedores/as que eligieron como tema “costos” parecieran disponer de mayor facilidad de uso del *e-mail* (27 % manifiestan posibilidad de enviar y recibir mensajes). Sólo un 10% de toda la población estudiada puede conectarse para estudiar a través de Internet, aun incluyendo todos los niveles de estudio.

CONCLUSIÓN

Es posible, a partir de este estudio, plantear ciertas alternativas pedagógico-didácticas para la planificación de ofertas educativas que tengan como finalidad responder a necesidades del sector y a demandas de los/as microemprendedores/as que intentan lograr el sostenimiento y/o expansión de sus emprendimientos.

Los destinatarios de estas ofertas son adultos que: trabajan básicamente en una única ocupación (en el caso de las mujeres que compatibilizan el ámbito de la producción y de la reproducción) a la que dedican numerosas horas diarias, por lo que disponen de poco tiempo para el estudio; han cumplimentado dentro de la educación formal el ciclo primario y parte del secundario. Aspectos tales como: el nivel de complejidad y su gradualidad tanto en los contenidos como en sus formas de abordaje; el lenguaje a utilizar en la confección de los materiales; la selección bibliográfica, entre otros, deben ser analizados y planteados atendiendo las particularidades detectadas.

En virtud de que la carga horaria y la duración total deben ser escasas y que todos los temas (en diferente grado de preferencia) han sido demandados, sería difícil pensar que una única oferta pudiera dar una respuesta pertinente a una amplia franja del sector. Una alternativa sería el planteo de un Programa de Formación en el que confluyan diferentes cursos, que atendiera al menos los siguientes criterios: a) garantizar una propuesta flexible que no desconozca la necesidad de abordar en primera instancia el tema “comercialización y *marketing*”; b) presentarle al destinatario un tramo que atienda al agrupamiento de experiencias similares, dentro de la heterogeneidad y diversidad de los casos relevados; c) prever un espacio abierto para el tratamiento de temáticas que al inicio del programa resulten desconocidas y/o de ignorado impacto con relación a la consolidación y expansión de los emprendimientos; d) detectar en los tramos iniciales del programa aquellas temáticas desconocidas y/o de ignorado impacto; e) plantear estrategias que le permitan al destinatario adquirir herramientas para autodetectar

las necesidades emergentes de sus prácticas microempresariales. Todo ello sostenido en una estrategia educativa que permita capitalizar el contexto práctico y la perspectiva socio-histórica del campo en el que operan los destinatarios. La generación de un proceso de vinculación teoría/práctica será garante de la consolidación de un andamiaje constituido tanto por el conocimiento conceptual como por las estrategias cognitivas de construcción y deconstrucción permanente.

La duración total de los cursos, la frecuencia y la extensión de los encuentros, plantean como más apropiada la modalidad no presencial. El traslado fuera de la localidad de residencia es una estrategia a la cual se puede recurrir en un solo momento a lo largo del curso. Mientras tanto, en la combinación de medios, se mantiene el material impreso como soporte principal, complementado con audio, video y correo electrónico. Este último no podría incorporarse como única estrategia mediacional en virtud de la exclusión que afecta a variados sectores, entre ellos, los microemprendedores, inmersos en un contexto social y económico ya descripto, históricamente determinado.

Todas las experiencias estudiadas aún dentro de la economía formal son de baja productividad y escasa articulación con el desarrollo económico local, y requieren capacitación, monitoreo y seguimiento tanto para el sostenimiento como para la expansión. En tanto los fines se construyen cooperativamente en los contextos de práctica y entre todos los implicados, y sabedores de la importancia de las relaciones entre el saber, el capital cultural y el desarrollo económico y social, se estima que el presente y futuros trabajos en esta línea serían un aporte a las acciones educativas que, sostenidas en una concepción de enseñanza como proceso de búsqueda y construcción cooperativa, contribuyan a la democratización del conocimiento y la igualdad de oportunidades de formación.

BIBLIOGRAFÍA

- Bayer, O., "En el mar de los sargazos", en *Realidad Económica*, N°122, Ed. Instituto Argentino para el Desarrollo Económico, Buenos Aires. 1994a.
- Cagatay Nilufer, *Macroeconomía Género y Estado*, Departamento Nac. de Planeación. BMZ y GTZ, Ed. TM. 1999 (mimeo conferencia "World survey on the role of women in the development"), julio 13 de 1999.
- Cohen, E. "La microempresa: notas para su análisis", en *Generación de empleo. La microempresa como alternativa*, Rofman, A. y Moreno, G. (comp.). CEUR, Buenos Aires, 1988.

- Coriat, B. "Globalización de la economía y dimensiones macroeconómicas de la competitividad", en *Realidad Económica*, N^o124, Ed. Instituto Argentino para el Desarrollo Económico, Buenos Aires, 1994.
- Cortes, R. "Argentina: reestructuración económica e impacto en el mercado de trabajo", en *La problemática del empleo en la Argentina*, N^o 57-58, Centro de Estudios Bonaerenses, La Plata, 1996.
- Filmus, D. *Estado sociedad y educación en la Argentina de fin de siglo. Procesos y desafíos*, Troquel, Buenos Aires, 1996.
- Gelstein, R. *Los roles de género en la crisis*, Ed. UNICEF, Argentina, 1994.
- Lindemboim, J. "La microempresa: un fenómeno en busca de su identidad", en Roffman, A. y Moreno, G. (comp), *Generación de empleo. La microempresa como alternativa*, Ed. Ceur, Buenos Aires, 1988.
- Litwin, E. "Temas en debate en torno a la Educación a Distancia en las Universidades públicas Argentinas", en *Educación a Distancia en los 90*, Facultad de Filosofía y Letras, Programa Educación a Distancia –UBA XXI–, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 1994
- Martínez Nogueira, R. "Racionalidad, riesgo y viabilidad de la microempresa", en Roffman, A. y Moreno, G. (comp), *Generación de empleo. La microempresa como alternativa*, Ed. Ceur, Buenos Aires, 1988.
- Martínez Sánchez, F. "Prospectivas sobre las nuevas tecnologías en la enseñanza: los nuevos canales", en *Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación para la Educación*, Alfar, Sevilla, 1994.
- PNUD. *Informe Sobre Desarrollo Humano desde la perspectiva de género*. NU, México, 1995.
- PNUD. *Las mujeres en América Latina y el Caribe en los años noventa: Elementos de diagnóstico y propuestas*, Serie Mujer y Desarrollo, NU, Chile, 1997
- Riquelme, G. et al. "La educación y formación para el trabajo en el gran Buenos Aires: mercado de ilusiones de corto plazo", en *Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación*, Ed. Miño y Dávila, Buenos Aires, 2000.
- Roca Vila, O. "La autoformación y la formación a distancia: las tecnologías de la educación y los procesos de aprendizaje", en *Para una tecnología educativa*, Juana Sancho (coord.), Hosori, Barcelona, 1994.
- Roffman, A. "Una programa de promoción, capacitación, asistencia técnica y financiamiento de microempresas productivas", en *Generación de empleo. La microempresa como alternativa*, Rofman, A. y Moreno, G. (comp.), Ceur, Buenos Aires, 1988
- Schujman, L. *La microempresa en el desarrollo local y regional*, Ed. Secretaría de Extensión Universitaria – Universidad Nacional de Rosario, Rosario, 1992.
- Stenhouse, L. *Investigación y desarrollo del curriculum*, Morata, Madrid, 1984.
- Torrado, S. *El enfoque de las estrategias familiares de vida en América Latina. Orientaciones teóricas y metodológicas*, CEUR, Cuaderno N^o 2, Bs As., 1985.

- Torres Santomé, J. *Globalización e interdisciplinarietà: el curriculum integrado*, Morata, Madrid, 1994.
- Valdés Cifuentes, T. "Educar para el siglo XXI", en Filmus, D. (comp.), *Las transformaciones educativas en Iberoamérica. Tres desafíos: Democracia, desarrollo, e integración*, Ed. Troquel, Buenos Aires, 1998.
- Visser, J. and Jairi, M. *Towards building Open Learning Communities: Re - contextualizing teachers and learners*. Contribution to the International Conference on: Information Technology: Supporting Change Through Teacher Education, Kiryat Anawin, Israel, 1996.

NOTAS

¹ Investigación realizada en el período comprendido entre setiembre de 1999 y marzo de 2000.

² CREAP: Centros Regionales de Educación Abierta y Permanente – SUA: Sistema Universidad Abierta.

³ Participantes de un curso de capacitación (Mces/as actuales y potenciales) y mujeres concurrentes al 37 Encuentro Nacional de Mujeres de Negocios y Profesionales.

⁴ Participantes en el 37º Encuentro Nacional de la Federación Argentina de Mujeres de Negocios y Profesionales de Mar del Plata.

Agradecemos la participación de los Asistentes Educativos que tuvieron a su cargo el relevamiento de la información en los CREAP involucrados (excepto Mar del Plata): Marcela Rodríguez; Ma. Silvia Depiaggio; Selva La Rosa; Ma. Elena Bilbao; Ma. Graciela Scarillo; Haydée Hernández; Ma. Deolinda Baleix; Ma. Laura Walter; Ma. Rosa Marsiglia; María O. Guanciarrosa; Lía del C. Ruau; Ana Ma. Lamas; Marta Nelsa Bermejo; Gloria Echeverría; Ma. Rosalina López; Ma. Graciela García; Ma. Gabriela Colombo; Delia Ester Martí; Alicia Mabel Paris; Moira Fabregat y la colaboración de la Asociación de Mujeres de Negocios y Profesionales de Mar del Plata.

Anexos

TABLA 1: MICROEMPREDIMIENTOS SEGÚN ANTIGÜEDAD

Intervalo antigüedad	Microemprendimientos	
	Absolutos	%
De 0 a 5 (0 - 5)	35	32,0
De 5 a 10 (5 - 10)	33	30,0
De 10 a 15 (10 - 15)	8	7,5
De 15 a 20 (15 - 20)	4	4,0
De 20 a 25 (20 - 25)	5	4,5
De 25 a 30 (25 - 30)	1	1,0
De 30 a 35 (30 - 35)	1	1,0
No contesta / No corresponde	23	20,0
Total	110	100,0

TABLA 2: NIVEL DE ESTUDIO DE LOS MCES/AS POR SEXO

Nivel de estudios	Sexo					
	F		M		Total	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
Ninguno	1	1,92	0	0	1	0,85
Primario	16	30,77	26	40	42	35,9
Secundario	17	32,69	31	47,7	48	41,03
Terciario	14	26,92	7	10,8	21	17,95
Universitario	3	5,77	1	1,54	4	3,42
Otro	1	1,92	0	0	1	0,85
Total	52	100,00	65	100	117	100,00

TABLA 3: TEMÁTICAS SELECCIONADAS POR SEXO

TEMÁTICAS	SEXO	F		M		Total	
		Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Comercialización / marketing		37	71,2	59	90,8	96	82,1
Costos		19	36,5	21	32,3	40	34,2
Informática		19	36,5	19	29,2	38	32,5
Aspectos impositivos/ legales o contables		18	34,6	21	32,3	39	33,3
(*) Conocimiento de las propias capacidades y habilidades		14	26,9	11	16,9	25	21,4
Acceso al crédito		13	25	26	40	39	33,3
(*) Trabajo en equipo		13	25	12	18,5	25	21,4
Otras		9	17,3	5	7,69	14	12
(*) Toma de decisiones		8	15,4	7	10,8	15	12,8
(*) Interacción de los miembros en sus distintos roles		2	3,85	3	4,62	5	4,27

TABLA 4: DURACIÓN DEL CURSO SEGÚN DURACIÓN Y FRECUENCIA DE ENCUENTROS EN LA LOCALIDAD DE RESIDENCIA

Duración del curso	Duración de encuentros	Frecuencia de encuentros					Total
		Bimestral	Mensual	Quincenal	Semanal	Anulada No dispone de tiempo	
De 1 a 2 meses	De 3 a 6 horas	0	2	6	8	0	16
	Menos de 3 horas	2	4	8	33	0	47
Total de 1 a 2 meses		2	6	14	41	0	63 -54%
De 3 a 4 meses	De 3 a 6 horas	0	4	8	9	0	21
	Menos de 3 horas	0	0	6	23	0	29
Total de 3 a 4 meses		0	4	14	32	0	50 -43%
Anulada / No dispone de tiempo		0	0	0	0	4	4 -3%
Total		2	10	28	73	4	117 (100%)

TABLA 5: DURACIÓN DEL CURSO SEGÚN DURACIÓN Y FRECUENCIA DE ENCUENTROS EN OTRA LOCALIDAD

Duración del curso	Duración de encuentros	Menor frecuencia	Bimestral	Mensual	Quincenal	Semanal	No dispone de tiempo	Anulada	No podría asistir	Total general
De 1 a 2 meses	De 3 a 6 hs	4	2	8	15	1	0	0	0	30
	Menos de 3	7	1	10	14	3	0	0	0	35
Total de 1 a 2 meses		11	3	18	29	4	0	0	0	65 (56%)
De 3 a 4 meses	De 3 a 6 hs	3	1	12	5	1	0	0	0	22
	Menos de 3	0	1	6	9	0	0	0	0	16
Total de 3 a 4 meses		3	2	18	14	1	0	0	0	38 (32%)
Anulada		0	0	0	0	0	0	3	0	3 (2%)
No dispone de tiempo		0	0	0	0	0	1	0	0	1 (1%)
No podría asistir		0	0	0	0	0	0	0	10	10 (9%)
Total		14	5	36	43	5	1	3	10	117 (100%)

TABLA 6 : MATERIALES DIDÁCTICOS SEGÚN SEXO

Sexo	Materiales	Impreso	Video	Audio	Disquete	CD	Recibir correo	Enviar correo	Internet
F	Absolutos	44	37	34	19	12	14	11	6
	%	84,62	71,15	65,38	36,54	23,1	26,92	21,15	11,54
M	Absolutos	56	53	46	21	23	12	11	10
	%	86,15	81,53	70,77	32,31	35,4	18,46	16,92	15,38
Total	Absolutos	100	93	80	40	35	26	22	16
	%	85,47	79,49	68,38	34,19	29,9	22,22	18,8	13,68

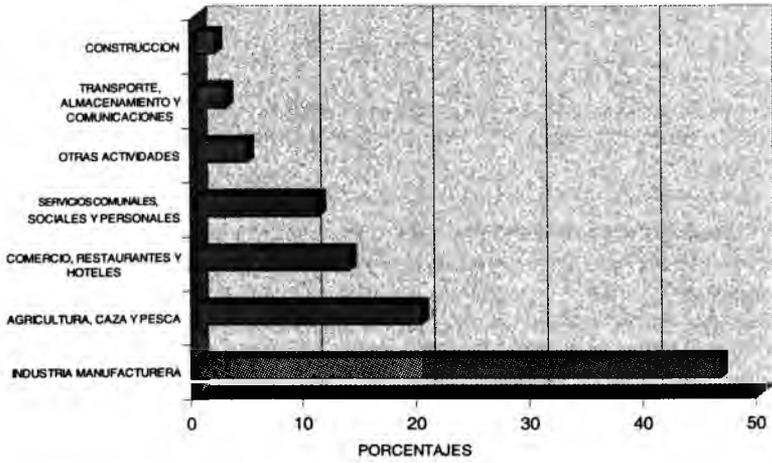


FIGURA 1 : MICROEMPRESIMIENTOS POR RAMA DE ACTIVIDAD