

APORTACIÓN DE LA MUJER RURAL EMPRENDEDORA A LA ECONOMÍA: DOS ESTUDIOS DE CASO EN EL SUR DE JALISCO, MÉXICO

THE CONTRIBUTION OF RURAL WOMEN ENTREPRENEURS TO THE ECONOMY: TWO CASE STUDIES IN SOUTHERN JALISCO, MEXICO

VERÓNICA MORCILLO CASAS¹

LUIS CARRO SANCRISTÓBAL²

BERTA ERMILA MADRIGAL TORRES³

¹ Universidad de Valladolid, España. Correo electrónico: veronica.morcillo@uva.es

² Universidad de Valladolid, España. Correo electrónico: luis.carro@uva.es

³ Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: madrigal@cucea.udg.mx

Resumen

El papel de la mujer es especialmente relevante para el desarrollo económico y social del medio rural. El propósito de este estudio fue caracterizar la situación de las mujeres

DOI: <https://doi.org/10.32870/lv.v7i59.7716>

REVISTA DE ESTUDIOS DE GÉNERO, LA VENTANA, NÚM. 59, ENERO/JUNIO 2024, PP. 322-355 ISSN 14059436/EISSN 2448-7724

emprendedoras de dos comunidades rurales de la zona sur del estado de Jalisco con la esperanza de fomentar el emprendimiento en el medio rural. Para ello, se llevaron a cabo dos estudios de caso a través del uso de diferentes técnicas de naturaleza cualitativa para la recogida de los datos: análisis documental, entrevistas en profundidad y observación participante. Mediante la triangulación de los datos obtenidos, las variables analizadas fueron principalmente el perfil sociodemográfico, la situación familiar, el nivel educativo, las estrategias de conciliación familiar y laboral, las características de la producción y/o empresa, las necesidades que tenían como mujeres emprendedoras y las habilidades que presentaban para tal labor. Los datos obtenidos muestran que, a pesar de su bajo nivel educativo y su baja participación en el mercado laboral, las mujeres rurales del sur de Jalisco presentan habilidades emprendedoras adquiridas a través de la observación y la experiencia familiar, pero carecen de otros factores necesarios para emprender. Ellas mismas dieron las claves para fomentar el emprendimiento de las mujeres rurales de la comunidad.

Palabras clave: mujeres, medio rural, emprendimiento, empoderamiento, estudio de caso

Abstract

The role of women is particularly relevant for the economic and social development in rural areas. The purpose of this

study was to identify the situation of eleven women entrepreneurs living in rural areas in the Southern part of the state of Jalisco, with the hope of promoting the entrepreneurship in these regions. For this purpose, two case studies were carried out using different qualitative techniques for data collection: documentary analysis, in-depth interviews and participant observation. The socio-demographic profile, the family situation, the level of education, the strategies for reconciling family and work, the characteristics of the production and/or business, the needs they had as women entrepreneurs, and the skills they had for such work, were the main variables analyzed by a data triangulation. The results show that, despite their poor educational level and low involvement in the labor market, rural women in Southern Jalisco acquired entrepreneurial abilities through observation and family experience. However, they lack other factors necessary to engage in the labor market. They themselves gave the keys to fostering rural women's entrepreneurship in the community.

Keywords: women, rural areas, entrepreneurship, empowerment, case studies

RECEPCIÓN: 30 DE NOVIEMBRE DE 2022/ACEPTACIÓN: 23 DE MARZO DE 2023

INTRODUCCIÓN

Desde hace varias décadas, los informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) han analizado la participación de la mujer en la actividad emprendedora. Según el informe GEM 2016/2017 de Jalisco, el porcentaje de mujeres emprendedoras en la región es menor en comparación con el porcentaje de hombres (Rodríguez-Acebes et al., 2018).

Un informe sobre la mujer rural en la economía del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO en adelante) señala que, en Latinoamérica, las mujeres tienen dos condiciones que obstaculizan su participación en la sociedad: ser mujer y vivir en el medio rural (IMCO, 2020). En México 27.4 millones de personas viven en zonas rurales, de las cuales el 50.7% son mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020). Ellas son un sector clave para el desarrollo rural, ya que producen la mitad de los alimentos en el mundo y, por ello, urge alcanzar la equidad e impulsar la participación plena y efectiva en los procesos productivos (Aguilar Pinto et al., 2017).

Ante este panorama general, el objetivo principal de este estudio fue caracterizar la situación de las mujeres de dos comunidades rurales de la zona sur del estado de Jalisco. Para ello, se llevó a cabo una triangulación de datos mediante el análisis de dos estudios de caso en los que se utilizaron

varias técnicas para la recolección de datos de naturaleza cualitativa. Previamente, para lograr dicho objetivo es fundamental reflexionar sobre la concepción del medio rural jalisciense, así como la caracterización de las mujeres que en él viven, unidas al concepto de emprendimiento.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

Jalisco es uno de los treinta y dos estados que forman México y cuenta con 8.348.151 habitantes en 2020. De acuerdo a las dimensiones que propone IMCO del medio rural, en Jalisco viven 480.699 mujeres en poblaciones menores de 2.500 habitantes (INEGI, 2020).

Las funciones y significados que han sido atribuidos al medio rural han hecho de lo rural un concepto complejo con una difícil delimitación (Armas Quintá y Macía Arce, 2017). Según las indicaciones de Delgadillo Macías y Torres Torres (2009) se define el medio rural como el entorno territorial donde se producen los alimentos y las materias primas que la sociedad consume, así como el lugar donde vive la gente que realiza estas actividades. La mayor parte de las delimitaciones se centran en criterios demográficos, pero la realidad de lo que sucede en el medio rural se presenta en la actualidad de manera mucho más compleja debido a otros factores de índole social, cultural, ambiental e institucional.

Por otra parte, ¿qué significa ser mujer rural en México? No es posible establecer una definición general de “mujer rural” sin tener en cuenta las variedades que este concepto abarca: variable étnico-cultural, diversos tipos de territorio rural, nivel socioeconómico, relación de las mujeres con las tareas realizadas, nivel educativo, accesibilidad a la salud, etc. Algunos diagnósticos característicos de la situación de la mujer en el medio rural de México a lo largo de los años son: 1) la invisibilidad de su trabajo y aportación a la economía; 2) la discriminación derivada de su condición de género; y 3) las responsabilidades, comportamientos, valores, temores y expectativas que tienen asignadas como propios de la mujer (Ayala et al., 2021).

Desde la perspectiva de género, el hecho de que las actividades del hombre y de la mujer son complementarias para el sustento familiar, no significa que haya correspondencia en el reconocimiento e igualdad entre géneros (Paredes Hernández et al., 2019). Además de vivir en comunidades rurales, con inadecuadas infraestructura de servicios, escasos servicios de salud y educativos y con necesidades básicas en la mayoría de los hogares, viven dominadas por el sistema patriarcal propio de la cultura rural que hace que no se reconozca sus derechos, ni sus labores dentro y fuera del hogar (Pérez Pérez, 2018). Ellas se encargan de las actividades productivas dirigidas al autoconsumo familiar y/o al mercado de manera paralela a la reproducción y al trabajo, lo que supone una jornada

desmesurada que les afecta en todos los aspectos (Ayala et al., 2021). De acuerdo con García Horta y Zapata Martelo (2018) esta posición patriarcal impide que las mujeres emprendan y, por tanto, su empoderamiento. Los resultados de su investigación manifiestan que los hombres muestran dificultades para asimilar la independencia de las mujeres como resultado de su independencia económica.

En este sentido, otro aspecto que tratar en este estudio es el emprendimiento de la mujer rural. Lee (2019) comprende el término emprendimiento desde una perspectiva competencial y señala que su definición corresponde a aquellas competencias apropiadas y útiles que las personas tienen para desarrollarlo. Del mismo modo, años atrás, Selamé (1999) definió este fenómeno como un conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un perfil caracterizado por aspectos como el control de situaciones de riesgo, la creatividad para plantear propuestas, la capacidad de innovación, la toma de decisiones y la autoconfianza.

En relación al emprendimiento rural femenino, Sela (2010, citado en Ortíz García y Olaz Capitán, 2016), señala algunas características de las mujeres emprendedoras en América Latina: 1) su iniciativa emprendedora se debe a la necesidad económica; 2) las mujeres regentan empresas más pequeñas que las de los hombres; 3) su nivel formativo es en general más bajo que el de los hombres; 4) tienen mayores dificultades para acceder a la financiación; 5) crean empresas como

solución para la conciliación familiar y laboral, pero esto hace más difícil el desarrollo de la empresa; y 6) enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para crear y desarrollar una empresa.

Desde esta perspectiva, las administraciones públicas se han interesado por comprender y destacar el importante papel de la mujer involucrada en el emprendimiento (Instituto de las Mujeres del Distrito Federal, 2016). A pesar de los avances observados en los últimos años, en palabras de Atúnez Sánchez (2018)

no hay una evidencia suficiente para reconocer que en América Latina hay una sociedad emprendedora y que cuyo crecimiento, competitividad y sostenibilidad esté relacionado con las iniciativas emprendedoras. En este sentido, uno de los principales retos sería la transformación de la sociedad actual hacia una sociedad más emprendedora. (p. 13)

El propósito de este estudio es hacer un análisis de la mujer en Jalisco con la esperanza de fomentar el emprendimiento en el medio rural, pero ¿qué necesitan las mujeres para emprender? De acuerdo a Hender (2017); Madrigal Torres y Núñez Ramírez (2021); Villa Sánchez et al. (2021) las competencias que requieren para emprender son: 1) comprensión de problemas; 2) encontrar soluciones; 3) innovación de procesos; 4) trabajar en equipo; 5) criterio y toma de decisiones; 6) fluidez

de ideas; 7) evaluación y análisis de sistemas; 8) originalidad; 9) aprendizaje activo; y 10) psicología social y organizacional. Además, deben desarrollarse cuatro habilidades transversales (creatividad, innovación, emprendimiento y liderazgo) para convertirse en una líder emprendedora.

Además, Botello-Peñaloza y Guerrero-Rincón (2017) en su estudio hablan de la importancia del empoderamiento para emprender. Para Rowlands (1997) el empoderamiento “es un conjunto de procesos psicológicos que, cuando se desarrollan, posibilitan al individuo o al grupo para actuar o interactuar con su entorno, de tal forma que incrementa su acceso al poder y su uso en varias formas”. La autora señala que el empoderamiento puede observarse en tres dimensiones: la dimensión personal, la dimensión colectiva y la dimensión de las relaciones cercanas, representada en los vínculos con la familia y la pareja. Por su parte, Aguilar Pinto (2009) utiliza el término *Desarrollo Humano* para referirse al logro de las capacidades de las personas a través del empoderamiento. Según la teoría de Botello-Peñaloza y Guerrero-Rincón (2017) la forma en que las poblaciones menos favorecidas pueden llegar a desarrollar sus capacidades es mediante la educación y la participación laboral. De acuerdo con Murguialday Martínez (2006) el empoderamiento de las mujeres se promueve a partir de “estrategias orientadas a lograr que las mujeres fortalezcan su capacidad y autonomía en todos los ámbitos con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida y superar las

desigualdades de género". Para Aguilar Pinto et al. (2017) una mujer empoderada se caracteriza por un alto nivel de autoconfianza, el incremento de la autoestima, el desarrollo del sentido del ser y de la capacidad individual.

Así, el empoderamiento y la activación de competencias emprendedoras en las mujeres rurales ayuda a mejorar su calidad de vida y a incrementar la productividad de la economía rural (Aguilar Pinto et al., 2017; Díaz-Carrión et al., 2022; García Horta y Zapata Martelo, 2018; Murguialday Martínez, 2006; Pérez Pérez, 2018; Robinson Trápaga et al., 2019). Esto permite a las mujeres rurales contribuir de manera significativa en el desarrollo económico y social de sus comunidades.

METODOLOGÍA

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que parte del análisis de la realidad social, con el fin de explorar las relaciones sociales y describir la realidad desde la perspectiva de las mujeres rurales emprendedoras (Fuster-Guillen, 2019).

Autores como Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018) señalan que en este tipo de investigación "los datos que nos interesan son conceptos, percepciones, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los sujetos, ya sea de manera individual o grupal" (p. 409). Para recolectar este tipo de datos

se seleccionaron dos estudios de caso únicos como la metodología más acorde con la naturaleza de este trabajo para analizar y comprender las experiencias emprendedoras de las mujeres rurales. La razón que fundamenta y justifica el uso de este método se debe, por un lado, a su carácter revelador por la poca visibilidad del emprendimiento femenino en el medio rural y, por otro, la necesidad de obtener una información sistemática y profunda de este hecho.

CONTEXTO

En el contexto que refleja este estudio se hace alusión a dos proyectos liderados por mujeres que se llevan a cabo en dos comunidades rurales ubicadas en la zona sur de Jalisco: Santa Rosa de Lima, en el municipio de Pihuamo, y El Rodeo, en el municipio de Gómez Farías.

a) Santa Rosa de Lima, Pihuamo

Santa Rosa de Lima es una comunidad rural ubicada en Pihuamo, último municipio del sur de Jalisco con 64 habitantes. En la tabla 1 se muestran los datos de población distribuidos por franja de edad.

Tabla 1
Población de Santa Rosa de Lima en 2020

Franja de edad	Mujeres	Hombres	Total
0-5 años	2	1	3
6-14 años	5	8	13
15-59 años	16	21	37
60 o más años	4	7	11

Santa Rosa de Lima es una comunidad alejada y olvidada por la política y los municipios próximos debido a la dificultad para acceder a ella y, asimismo, a la escasa población que allí vive. De este modo, encontramos precariedad en relación con la escolaridad de sus habitantes debido a la falta de compromiso y seguimiento, baja disposición de profesorado y falta de conexión a la red eléctrica e internet. Según los informes emitidos por la comunidad, una buena parte de la población es analfabeta (seis de cada diez). Asimismo, las estadísticas indican que el 65% de la población de Santa Rosa se encuentra en situación de desempleo. Del grupo de población ocupada en actividades laborales, tan solo un 4% de la población son mujeres.

b) El Rodeo, Gómez Farías

La localidad de El Rodeo se encuentra dentro del municipio de Gómez Farías en el estado de Jalisco.

En ella conviven 937 habitantes, de los cuales 477 son mujeres y 460 hombres (véase tabla 2). Según sus habitantes, es una localidad donde diariamente conviven solo mujeres, niños y personas de avanzada edad, ya que todos los hombres se ausentan durante la semana para trabajar fuera de la comunidad y regresan el fin de semana.

Tabla 2
Población de El Rodeo en 2020

Franja de edad	Mujeres	Hombres	Total
0-5 años	2	1	3
6-14 años	5	8	13
15-59 años	16	21	37
60 o más años	4	7	11

Con relación a la escolaridad de sus habitantes, encontramos que más de la mitad de la población es analfabeta (seis de cada diez). Asimismo, las estadísticas indican que el 62% de la población se encuentra en situación de desempleo, de la cual un 23% son mujeres.

PARTICIPANTES

La selección de estos proyectos y la primera toma de contacto con las mujeres que los lideran tuvo lugar en la asamblea de mujeres rurales celebrada en Tuxpan, Jalisco el 15 de octubre de 2021. La principal premisa para su selección era que las mujeres, además de sus labores domésticas, hubieran emprendido a través de la venta y la comercialización de los productos que producían en sus comunidades. De esta manera, se llevó a cabo un muestreo por conveniencia, ya que era el método más rápido para recopilar datos.

Se ha trabajado con dos muestras, cada una perteneciente a un trabajo de campo diferente. Por un lado, han participado 5 mujeres dedicadas al proyecto Tepehuaje en Santa Rosa de Lima. Por otro lado, 6 mujeres que componen el proyecto llevado a cabo en El Rodeo.

PROCEDIMIENTO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La recopilación de todos los datos referidos a cada comunidad se realizó a través de varias técnicas como el análisis documental, las entrevistas en profundidad, el grupo de discusión y la observación participante.

En primer lugar, se realizó un análisis documental que consistió en recopilar las fuentes necesarias para poner en

contexto el planteamiento de la investigación. Posteriormente, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad en la comunidad de Santa Rosa con las mujeres seleccionadas, mientras que en El Rodeo, siguiendo la misma estructura de la entrevista, se obtuvo la información a través de un grupo de discusión en el que participaron todas las integrantes del proyecto agroecológico de la comunidad para comprender el significado de las experiencias vividas por las mujeres participantes. Conforme se fueron recopilando estos datos, se procedió a su transcripción íntegra, tarea que llevó gran cantidad de esfuerzo y tiempo. Una vez se tuvo el cómputo total de datos, se sometió toda la información a un análisis riguroso y exhaustivo empleando un sistema de categorías en torno a seis bloques: 1) perfil sociodemográfico y situación familiar; 2) formación; 3) conciliación de la familia y el trabajo; 4) características de la producción/empresa; 5) necesidades que las mujeres tienen para emprender; y 6) habilidades que presentan en relación con la acción emprendedora. Este sistema de categorías se construyó de manera generativa a partir de los datos obtenidos.

Toda la información recopilada mediante las entrevistas y los grupos de discusión se fundamentó y completó mediante la observación participante durante los días que se convivió en las comunidades del estudio.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

Tras considerar como ejemplo el estudio de Aguilar Gavira y Barroso Osuna (2015), el proceso de análisis utilizado para los estudios de caso ha sido la triangulación, lo que ha permitido contrastar toda la información disponible y validar los resultados desde diferentes perspectivas. La aplicación elegida para el análisis de datos fue Atlas.ti 9® (2021), la cual nos permitió categorizar y vincular la información obtenida con relación a las categorías elegidas para la recogida de información. El análisis se realizó de manera cruzada, lo que supuso hacer un contraste transversal de los hallazgos de cada caso. Las categorías utilizadas dieron forma a cada estudio para generar la propuesta descriptiva de la situación en la que se encuentra la mujer rural en términos de emprendimiento.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO MEDIANTE EL ESTUDIO DOCUMENTAL Y LA OBSERVACIÓN PARTICIPANTE *TEPEHUAJE EN SANTA ROSA DE LIMA*

La importancia de este proyecto es la misma comunidad de Santa Rosa, la conservación de sus terrenos y el trabajo de sus habitantes, rescatando oficios y costumbres que se han perdido. La lideresa apunta que es un lugar muy especial en el que viven pocas personas con un gran potencial.

Por ello, el objetivo de Tepehuaje es dar vida a la comunidad y sustento para que sus habitantes puedan vivir en ella sin necesidad de salir a buscar un empleo, promoviendo diferentes actividades para que las mujeres de la comunidad tengan la posibilidad de elegir la labor que deseen realizar. Toda la comunidad trabaja para que se puedan desarrollar las actividades.

El proyecto tuvo como punto de partida el oficio del bordado. Actualmente, pueden distinguirse tres áreas predominantes: 1) Oficios artesanales: bordados, cestería, huarachería, cerámica, conservas y acuarelas; 2) labores de campo: hortalizas y frutas, hierbas medicinales, huevos, piloncillos, maíz, miel, café, quesos y sus derivados; y 3) otros saberes: música, inglés y cocina.

Tepehuaje será un establecimiento turístico donde las personas que lo visiten puedan pasar unos días en armonía con la naturaleza, descansar, realizar actividades características de la zona y comprar los productos elaborados por las mujeres que forman el proyecto.

NEUATL. PROYECTO DE ECONOMÍA ALTERNATIVA EN EL RODEO

Neuatl, el proyecto llevado a cabo en el Rodeo presentó sus inicios en 2013 y en él trabajan académicos, estudiantes, agricultores y jefas de familia para desarrollar un modelo de desarrollo a través del Practorio Comunidad y Buen vivir (Pracbvi).

En él se implementan diferentes estrategias de producción e intercambio de bienes, servicios y saberes, haciendo especial hincapié en la producción agroecológica, las economías alternativas y la educación comunitaria (Macías-Macías y Sevilla-García, 2020). El proyecto gira en torno a tres áreas: 1) Kuautlali, parcela de investigación para la agricultura sostenible donde se realizan investigaciones con técnicas agroecológicas para el rescate de cultivos arraigados en la región; 2) Pochtecatl o tianguis de economías alternativas basadas en visitar las instalaciones del CUSur-Universidad de Guadalajara un día a la semana para vender distintos tipos de alimentos producidos de manera agroecológica, desde alimentos frescos hasta alimentos elaborados, artesanías, libros, medicinas tradicionales e incluso productos sanitarios para el cuidado de la mujer; y 3) Escuela Mariíya de Saberes Rurales, de carácter informal cuyo objetivo es el intercambio de saberes entre los habitantes de las comunidades, así como la recuperación de prácticas tradicionales de producción, intercambio, consumo, etc. Hombres y mujeres de estas comunidades rurales se reúnen cada dos meses en sesiones de dos días.

ANÁLISIS DEL GRUPO DE DISCUSIÓN Y LAS ENTREVISTAS *PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y SITUACIÓN FAMILIAR*

El prototipo de mujer emprendedora se encuentra situado con predominancia entre los 30 y los 60 años. Todas las participantes tienen entre 3 y 7 hijos. Además, la

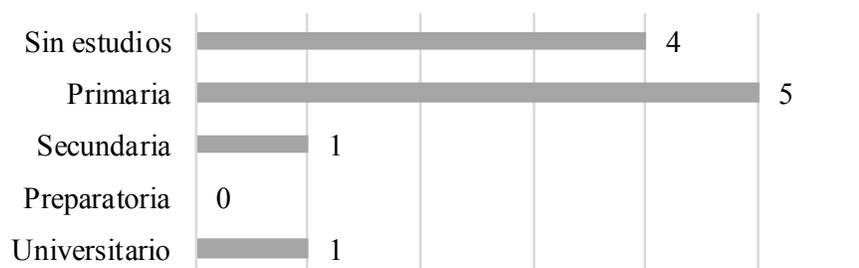
mayor parte de ellas vive en pareja, siendo siete el número de casadas, dos de ellas divorciadas, una soltera y otra de ellas viuda. En relación con el papel que ejercen en la familia, es importante destacar que todas coincidían en sus funciones como madre, hija, incluso en algunos casos cuidadoras de familiares dependientes.

FORMACIÓN

En cuanto al nivel educativo de las mujeres que participan en los proyectos, los datos recogidos indican que la educación primaria es el nivel alcanzado de la mayor parte (véase gráfico 1). Es importante destacar que un número importante de mujeres afirmaron haber aprendido a leer y a escribir sin ir a la escuela.

Al realizar el cruce de las variables edad y nivel educativo se observó cómo la mayor cantidad de mujeres sin estudios se encuentran principalmente en las que superan los 36 años. Esta situación es debido a patrones histórico-estructurales de discriminación establecidos en los medios más rurales. De ahí que los niveles educativos tienden a mejorar en la medida en que la mujer es más joven, observándose principalmente un aumento de la primaria entre el rango de mujeres cuya edad va desde los 25 a los 35 años.

Gráfico 1
Nivel educativo de las mujeres emprendedoras



Fuente: Elaboración propia, 2022

Con respecto a la formación en términos de emprendimiento, diez de las once participantes apuntan no haber recibido ningún tipo de formación al respecto. Todas hablan del aprendizaje adquirido a través de la observación y la experiencia familiar. Solamente en la comunidad de El Rodeo encontramos el caso de una mujer que ha recibido capacitación en aspectos económicos y de venta.

CONCILIACIÓN DE LA FAMILIA Y EL TRABAJO

En el emprendimiento femenino el tema de la conciliación familiar y laboral adquiere una importancia fundamental, ya que la actividad emprendedora resta tiempo a

la dedicación del hogar y la familia. En este sentido, la pregunta relativa a las estrategias familiares utilizadas por las mujeres emprendedoras para conciliar su vida familiar ha dado lugar a cuatro categorías: el apoyo familiar, la organización del tiempo y el acompañamiento de los hijos e hijas al trabajo.

CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN/EMPRESA

En relación a las características de la producción, todas señalan que venden todo lo que esté a su alcance: flores de calabaza, legumbres, verduras, manualidades, artesanías, bordados, comida, quesos, carne, huevos, tortillas, etc. La idea es hacer de todo y gastar lo mínimo posible en su producción.

Por otra parte, con relación al mercado objetivo de la mayoría de las producciones solo se extienden al mercado local (11), incluso en algún caso al consumo propio y familiar cercano (11). Las mujeres de Santa Rosa de Lima, debido a la difícil accesibilidad de su comunidad, venden a los vecinos más próximos y a comunidades cercanas (9). En el caso de El Rodeo, su mercado objetivo es tanto local como regional (6), un día a la semana viajan hasta Zapotlán el Grande para vender sus productos a la comunidad universitaria, utilizando la aplicación de WhatsApp para que sus clientes hagan sus pedidos. El hecho de trasladarse a otra población supone, en palabras de una de las participantes, que “tengamos la

libertad de conocer el entorno que nos rodea y encontrar nuevas formas de progreso”.

NECESIDADES DE LA MUJER RURAL EMPRENDEDORA

Una de las cuestiones tratadas durante el contacto con las participantes fue que manifestaran cuáles eran sus principales necesidades como emprendedoras. Los resultados indican que las necesidades más destacadas están relacionadas con cuestiones económicas, sociales y empresariales. De este modo, podemos encontrar que los principales obstáculos que presentan son las carencias económicas (9), de formación (8) y la falta de mercado accesible desde sus comunidades (7). A esto se le suma la falta de apoyo de instituciones gubernamentales, la falta de terrenos donde cosechar y la escasez de agua que amenaza a todo el territorio rural de Jalisco.

Todas apuntan que su emprendimiento ha sido por necesidad y ha consistido en adaptarse a las circunstancias, al territorio y a lo que este les proporciona en cada momento, tal y como apunta R.V. “si una temporada no se puede hacer queso porque nuestras vacas no dan la leche suficiente, buscamos una alternativa para salir adelante”.

En cuanto a lo social, se destacó la necesidad de empoderamiento. Una mujer necesita sentirse independiente tanto económica como emocionalmente, según M.P. (42 años) no porque no

necesitemos a nuestros maridos, ni porque nos sintamos más que ellos, sino porque necesitamos sentirnos parte de la sociedad, ganar nuestro dinero para comprar sin tener que pedirselo a ellos y para ayudar en la economía de la casa.

Por otro lado, J.M. (60 años) señaló que su empoderamiento pasó por diferentes fases y apunta

Yo también me sentía como las demás mujeres, pero aprendí a valorarme, a no depender tanto de mi esposo, a valerme por mí misma y a creer que puedo y valgo para trabajar. Lo más importante para emprender es empoderarse. Por ejemplo, debemos tener la iniciativa de hacer pan y no pensar que no lo vamos a vender. Nosotras lo hacemos y si no lo vendemos lo damos a nuestros hijos y nada vamos a perder. También es muy importante tener tiempo para ti, descubrir tus habilidades y hacer lo que te gusta.

Con relación al sistema patriarcal representativo de las comunidades rurales, los comportamientos machistas han impedido un mayor empoderamiento de la mujer. Sin embargo, la mayoría de las mujeres entrevistadas señalan que sus maridos reconocen la necesidad de que ellas hayan tenido que emprender ya que, con los problemas económicos actuales,

ellos no podrían hacerse cargo de toda la familia. “Esto lo he inculcado a mis hijos desde pequeños y, ahora, mis nueras también forman parte del proyecto” expresa una de las participantes del estudio.

En respuesta a la pregunta sobre cómo se puede dar solución a las necesidades que presentan, la mayoría apuntaban que la mejora de la situación de la mujer en el medio rural empieza teniendo mejor acceso a la salud, a la educación y al mercado laboral. Además, resaltan la importancia del papel de la mujer empoderada y emprendedora como principales transmisoras de sus acciones como ejemplo a las que no han emprendido. R.S. (51 años) y su equipo de mujeres

la manera de fomentar el empoderamiento es realizar diversas reuniones con todas las mujeres de nuestro entorno. La que se encuentre empoderada debe transmitir ese empoderamiento a las demás. Se hace poco a poco. En estas reuniones se debe hablar de las habilidades que tenemos cada una, compartir nuestras experiencias y saberes y beneficiarnos de los conocimientos de aquella que tenemos al lado.

En palabras de J.S. (35 años) “el empoderamiento y emprendimiento de la mujer es buscar la producción y economía a todo lo que tú tienes a tu alcance”.

HABILIDADES PARA EL EMPRENDIMIENTO

Con respecto a las habilidades y/o capacidades para el emprendimiento, destacan algunas como la organización, la creatividad, la perseverancia, iniciativa y toma de decisiones, buena comunicación y, sobre todo, pasión por su trabajo y sensibilidad por su región para entender cómo se pueden resolver los problemas que les atañen.

En los dos proyectos en que se centra el estudio, se fomenta el trabajo en equipo. Cada una de sus implicadas presenta diferentes habilidades y todas aprenden las destrezas de las otras gracias a la experiencia y a la práctica. Además, todas las mujeres participantes están bajo la responsabilidad de una mujer líder independiente con particularidades muy significativas. En esta línea, J.M. (60 años) identifica el liderazgo como una habilidad característica del emprendimiento y diferencia entre el liderazgo que se lleva a cabo por un líder que tiene personas subordinadas bajo su dirección y el liderazgo que se da mediante el trabajo en equipo. Es lo que entenderíamos por liderazgo vertical y horizontal respectivamente. Según la participante se opta por el liderazgo horizontal, en el que algunos tienen más responsabilidades que otros, pero todos sienten que están en la misma línea.

En esta situación, te das cuenta del compromiso de cada uno y si se está realizando un trabajo de

calidad. Cada una tenemos una habilidad o varias. Unas en números, otras en negocios, otras en habilidades creativas, otras en organizar la hacienda... Todas respetamos las habilidades que tenemos y aprendemos juntas.

Por otro lado, R.S. (51 años) destaca su habilidad para vender y comenta que "a todo lo que me rodea le veo un precio". A pesar de ello, también distingue la importancia de otras habilidades para emprender como la comunicación y la seguridad en una misma.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Son muchas las necesidades que presenta la mujer en el medio rural: de formación, sanidad, económicas, etc. Por ello, el empoderamiento de la mujer rural es imprescindible. ¿Cómo se desarrolla este empoderamiento? La mejora de la situación de la mujer comienza con un mejor acceso a la sanidad y a la educación. Esto significa ofrecer a la mujer un acceso más amplio, de modo que pueda desligarse de la dependencia del hogar. Las participantes coinciden que para emprender primero tienen que pasar por un proceso de empoderamiento para que ellas mismas sepan lo que son capaces de hacer. Además, todos los miembros de la familia deben participar activamente en las labores diarias del hogar

y propiciar que las mujeres deleguen sus tareas y responsabilidades. Esto repercutirá en su bienestar emocional y su desarrollo personal y social. De acuerdo con García Horta y Zapata Martelo (2018) y con las mujeres que han formado parte de esta investigación los comportamientos machistas responden a patrones preestablecidos, aprendidos, interiorizados y transmitidos por generaciones, en detrimento de una sociedad más igualitaria. Estos comportamientos se han ido construyendo socialmente y por ello son transformables a través de procesos de concienciación y desarrollo individuales y colectivos.

Se ha observado que la movilidad de las mujeres para realizar actividades laborales es un aspecto fundamental de su empoderamiento. Es esencial que las mujeres tengan acceso a los medios de transporte, la autonomía para viajar y la disponibilidad de recursos para hacerlo, tal y como se ha observado en el caso de El Rodeo. Esto les da la libertad de explorar el mundo que les rodea y encontrar nuevas formas de progreso. Además, no solo les permite tener más control sobre sus vidas, sino que también les da la oportunidad de contribuir a un futuro mejor para todos.

Al comienzo del estudio nos hacíamos la siguiente pregunta: ¿qué necesitan las mujeres rurales para emprender? Como se ha comentado, por un lado, es imprescindible su empoderamiento y, por otro, se deben activar las competencias emprendedoras para incrementar su productividad. Muchas de las competencias necesarias para emprender que señalan

autores como Madrigal Torres y Núñez Ramírez (2021), Hender (2017) y Villa Sánchez et al. (2021) coinciden con las propuestas por las mujeres del estudio. La mujer emprendedora necesita tener capacidades de organización, creatividad, iniciativa y toma de decisiones, perseverancia, pasión por su trabajo y sensibilidad por los problemas que atañen a su comunidad. Del mismo modo, se resaltan dos competencias emprendedoras principales: trabajo en equipo y liderazgo. Partiendo de estas ideas, se hace especial hincapié en uno de los principales hallazgos del estudio: la existencia de mujeres lideresas que apoyan a otras mujeres. Mujeres que rompen paradigmas y apoyan a colectivos de su género a favor de su desarrollo emprendedor y de un mayor índice de productividad y competitividad en el medio rural. Esto nos lleva a cuestionarnos sobre el perfil, las características principales de la mujer lideresa y su relación con el emprendimiento.

Los datos obtenidos muestran que, a pesar de su bajo nivel educativo y su baja participación en el mercado laboral, las mujeres rurales del sur de Jalisco presentan habilidades emprendedoras adquiridas a través de la observación y experiencia familiar. Coincidiendo con Paredes Hernández et al. (2019) el emprendimiento de la mujer en el medio rural Jalisciense parte de la necesidad de subsistir con base en lo que la tierra proporciona y que su implicación en la economía puede ser transcendental para una familia y su comunidad. Los factores que llevan a la mujer a emprender por necesidad son

socioeconómicos como los ingresos familiares, mejorar el nivel de vida, el equilibrio entre la familia y el trabajo, la búsqueda de mayor independencia emocional y económica y la superación profesional y personal. Todos estos factores empujan a la mujer a emprender por necesidad más que por motivación, lo que impide el crecimiento y el logro de mayores niveles de éxito. En relación a esta manifestación aludimos lo mencionado por Atúnez Sánchez (2018) sobre las pocas evidencias de que América Latina es una sociedad emprendedora. Es cierto que uno de los principales retos es la transformación de la sociedad actual en una sociedad emprendedora, más aún en el medio rural. No obstante, este estudio nos demuestra lo anteriormente expuesto: el emprendimiento de la mujer rural se produce por necesidad con los recursos de los que dispone en su medio y debe ganar visibilidad.

Se puede promover el empoderamiento con políticas que amparen los derechos de la mujer en el medio laboral, pero ¿en qué medida el sistema está dispuesto a cambiar su estructura para lograr lo anteriormente nombrado?, ¿qué podemos hacer la sociedad al respecto? Siguiendo la línea de algunas iniciativas para impulsar el empoderamiento de la mujer en México, como por ejemplo, el Programa Integral para el Empoderamiento y Autonomía Económica de las Mujeres de la Ciudad de México promovido por Instituto de las Mujeres del Distrito Federal (2016) las participantes de este estudio han dado la clave de cómo potenciar este empoderamiento: son las mujeres empoderadas quienes tienen

que transmitir sus experiencias a aquellas que no lo están. De esta manera, el verdadero empoderamiento de la mujer consiste en ofrecerles los espacios oportunos para fomentar las capacidades para su realización personal mediante la libertad, oportunidad y dignidad. Es necesario apoyarse en políticas y legislaciones, pero, sobre todo, en aquellas mujeres emprendedoras que pueden servir de guía para lograr el empoderamiento y futuro emprendimiento de aquellas más vulnerables que se resisten a ser independientes.

Este estudio pretende ser el primer paso en una investigación más amplia sobre el proceso de empoderamiento y desarrollo de las competencias emprendedoras en las mujeres rurales. Las competencias emprendedoras de las mujeres rurales pueden ser activadas mediante la experiencia, por lo que en futuras líneas de investigación será importante analizar el vínculo de estos nuevos tipos de emprendimiento y su impacto sobre la empleabilidad de las comunidades rurales.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR GAVIRA, S. Y BARROSO OSUNA, J. (2015). La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. *Revista de Medios y Educación*, 47, 73-88. <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2015.i47.05>
- AGUILAR PINTO, E. DEL C. (2009). Desarrollo local y género. Mujeres rurales en Chiapas (México). En *Desarrollo y trabajo de las mujeres en el medio rural* (pp. 117-136). Icaria.

- AGUILAR PINTO, E. DEL C., TUÑÓN PABLOS, E., ZAPATA MARTELO, E. Y EVANGELISTA GARCÍA, A. A. (2017). Mujeres, empoderamiento y microcrédito. El programa de microempresas sociales de Banmujer en Chiapas. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 14(3), 479-501. <https://doi.org/10.22231/asyd.v14i3.646>
- ATÚNES SÁNCHEZ, A. (2018). El emprendimiento en la mujer rural del siglo XXI. *DIXI*, 20(28). <https://doi.org/10.16925/2357-5891.2018.02.06>
- ARMAS QUINTÁ, F. X. Y MACÍA ARCE, X. C. (2017). Reflexiones acerca de la delimitación y definición del medio rural. Diseño de un índice de ruralidad para Galicia. *Centro de estudios biográficos*, 52(106), 85-101. <https://doi.org/10.18055/Finis9955>
- AYALA, M. DEL R., ZAPATA MARTELO, E. M. Y PÉREZ-FRA, M. (2021). Género y trabajo: Mujeres rurales en México. *XVII Congreso de Historia Agraria. Despoblación rural, desequilibrio territorial y sostenibilidad*.
- BOTELLO-PEÑALOZA, H. A. Y GUERRERO-RINCÓN, I. (2017). Condiciones para el empoderamiento de la mujer rural en Colombia. *Entramado*, 13(1), 62-70. <https://doi.org/10.18041/entramado.2017v13n1.25135>
- DELGADILLO MACÍAS, J. Y TORRES TORRES, F. (2009). La gestión territorial como instrumento para el desarrollo rural. *Estudios Agrarios*, 15(42), 55-73.
- DÍAZ-CARRIÓN, I., CRUZ, M. Y LUGO, A. (2022). Determinantes socioeconómicos del empoderamiento de emprendedoras en Tijuana, México. *Región y sociedad*, 34, e1522. <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1522>
- FUSTER-GUILLEN, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1). <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

- GARCÍA HORTA, J. L. Y ZAPATA MARTELO, E. (2018). Masculinidades indígenas y empoderamiento femenino. *La manzana de la discordia*, 13(1), 19-35. <https://doi.org/10.25100/lamanzanadeladiscordia.v13i1.6713>
- HENDER, V. (2017). Desarrollo de competencias emprendedoras en docentes de universidades públicas autónomas. *Encuentros*, 15(1), 133-146. <http://dx.doi.org/10.15665/re.v15i1.815>
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. Y MENDOZA TORRES, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- INSTITUTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y GEOGRÁFICA DE JALISCO. (2020). *Panorama sociodemográfico de Jalisco. Censo de Población y Vivienda 2020* (pp. 16-20). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197872.pdf
- INSTITUTO DE LAS MUJERES DEL DISTRITO FEDERAL. (2016). *Programa Integral para el Empoderamiento y Autonomía Económica de las Mujeres de la Ciudad de México*. https://www.semujeres.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Políticas/Programa_Empoderamiento_Autonomia_CDMX_2016.pdf
- INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD. (2020). Mujer rural en la economía. *IMCO — Mujer rural en la economía*. <https://imco.org.mx/mujer-rural-en-la-economia/>
- LEE, C. (2019). A Conceptual Synthesis Model of the Entrepreneurship and Entrepreneur with Perspectives of Job and Competence Model. *Small Business Research*, 41(1), 97-129.
- MACÍAS-MACÍAS, A. Y SEVILLA-GARCÍA, Y. L. (2020). Practi-torio comunidad y buen vivir: En la búsqueda de alternativas al desarrollo en el sur de

- Jalisco, México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(56), 29. <https://doi.org/10.24836/es.v30i56.1018>
- MADRIGAL TORRES, B. E. Y NÚÑEZ RAMÍREZ, M. A. (2021). *Emprendimiento e Innovación en la 4ta revolución industrial*. McGrawHill. <https://bookshelf.vitalsource.com/reader/books/9786071515506/pageid/114>
- MURGUIALDAY MARTÍNEZ, C. (2006). *Empoderamiento de las mujeres: Conceptualización y estrategias*. <https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/16/23/51623.pdf>
- ORTÍZ GARCÍA, P. Y OLAZ CAPITÁN, Á. (2016). El emprendimiento de la mujer desde las competencias. Aspectos teóricos y planteamiento metodológico. En *Mujer y emprendimiento desde una perspectiva competencial*. Aranzadi.
- PAREDES HERNÁNDEZ, S. P., CASTILLO LEAL, M. Y SAAVEDRA GARCÍA, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Konrad Lorenz Editores*, 10(23), 158-167. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8>
- PÉREZ PÉREZ, I. (2018). Mujeres rurales emprendedoras, detonadoras de desarrollo económico: Binomio colaboración-Empoderamiento. *3C Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 7(2), 26-43. <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070234.26-4>
- ROBINSON TRÁPAGA, D. G., DÍAZ-CARRIÓN, I. A. Y CRUZ HERNÁNDEZ, S. (2019). Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas sociales. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 19(17), 91-108. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.06>

- RODRÍGUEZ-ACEBES, L., BAÑOS-MONROY, V., SAIZ-ÁLVAREZ, J. M., MUÑIZ ÁVILA, E. Y FLORES CASTRO, M. A. (2018). *Monitor Global de Emprendimiento (GEM) Jalisco 2017/2018: Características del emprendimiento en la zona metropolitana de Guadalajara*. Campus Guadalajara. <http://gda.itesm.mx/gemjalisco/GEM2017-2018.pdf>
- ROWLANDS, J. (1997). *Questioning empowerment: Working with women in Honduras*. Oxfam: Humanities Press International.
- SELAMÉ, T. (1999). *Emprendimiento juvenil*. Instituto Nacional de la Juventud. <https://emprededorusach.files.wordpress.com/2009/06/emprendimiento-juvenil.pdf>
- VILLA SÁNCHEZ, A., ARIAS GUZMÁN, M. J. Y PEÑA-LANG, M. B. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social. *Educar*, 57(1), 97-116 <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1153>