

# XIII Asamblea General de ALAFEC

Buenos Aires, Argentina  
del 9 al 12 de Octubre de 2012



**Motivos del Emprendimiento  
Empresarial de la Mujer Rural y su  
Satisfacción.**

# **XIII Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ALAFEC)**

Título

**Motivos del Emprendimiento Empresarial de la Mujer Rural y su Satisfacción**

---

---

Área Temática: **Creación de pequeñas y medianas empresas**

Sub-área: **Gestión de Microempresas**

Autores

**María Isabel  
De la Garza Ramos**  
igarza@uat.edu.mx

**Nazlhe Faride  
CheínScheikaibán**  
nchein@uat.edu.mx

**José Melchor  
Medina Quintero**  
jmedinaq@uat.edu.mx

Universidad Autónoma de Tamaulipas. México

**Correspondencia:**

Facultad de Comercio y Administración de Tampico  
Centro Universitario Tampico-Madero  
Boulevard Adolfo López Mateos y Ave. Universidad  
Tampico, Tamaulipas. México  
Teléfono y Fax: (+52) 833 241 20 00 ext. 3706

*Del 9 al 12 de octubre de 2012.  
Facultad de Ciencias Económicas, UBA  
Buenos Aires, Argentina.*

# Motivos del Emprendimiento Empresarial de la Mujer Rural y su Satisfacción

## Resumen

La investigación sobre la mujer en su rol de agente social que influye y es influenciada por su contexto, no es abundante, y sobre todo cuando es referida al área rural y, más aún, al tratar sobre la ya de por sí difícil tarea de emprender. Se conoce muy poco de estas mujeres: las causas por las que inicia un negocio, sus ideas, sus ideales, sus gustos, sus dificultades y, particularmente, su satisfacción, que aunado a la emigración del varón del hogar por diversas causas, ha ocasionado directa e indirectamente el emprendimiento de la mujer rural. Con ello, el objetivo de esta investigación es determinar el impacto de los principales motivos de la mujer rural para iniciar un negocio y cómo se ve reflejado en su satisfacción personal y la admiración hacia ella. Para alcanzarlo, se lleva a cabo un análisis correlacional en 477 empresarias rurales de Tamaulipas (México). La principal aportación al conocimiento recae en que, el hecho de iniciar un negocio por necesidad económica y el haber superado esta etapa difícil, lo sienten y se ve reflejado en su satisfacción por el negocio que emprendió; asimismo, se siente admirada por los integrantes de su comunidad.

**Palabras clave:** emprendimiento rural, motivos de emprendimiento, mujer empresaria rural, satisfacción

## 1. Introducción

En los últimos años, en el área rural de México se han producido cambios estructurales importantes tanto en el aspecto económico como en el social, se han impulsado alternativas de desarrollo que intentan disminuir las brechas de desigualdad que son comunes en estas regiones con respecto a las urbanas, así

como lograr una integración más favorable con las que se puedan aprovechar oportunidades que derivan del contexto nacional (INCA RURAL, 2006).

Dentro de los factores que componen dichas brechas, a las que se les atribuye ser causa de pobreza y subordinación para una parte de la población del área rural y de manera enfática, a las mujeres que en ella habitan, lo cual es similar en cualquier parte del mundo, están: poco acceso a recursos y servicios, desocupación y sub-ocupación (Ram, Khoso, Ali, Shafik y Shaik, 2011), desempeño de ocupaciones de baja productividad e ingreso y falta de capacidades para acceder a oportunidades de empleo bien remuneradas (INCA RURAL, 2006:16), falta de oportunidades de empleo y de toma de decisiones, nula participación política y menor acceso a niveles de educación media y superior (Castañeda, 2006).

Por lo anterior, se hacen necesarios estudios que aumenten el conocimiento sobre lo que sucede en el campo respecto a cada uno de los factores mencionados, así como el discernimiento de la afectación en hombres, en mujeres y en la familia. Para ello, hay que reconocer la existencia de una *cultura de género*, sustentada en los enfoques antropológicos, filosóficos y sociológicos que se generan. El concepto de *cultura de género*, pretende profundizar sobre las acciones de los hombres y las mujeres en sociedades complejas, estatales y posparentales (Luna, 2009), los cuales se deben tomar en cuenta al realizar estudios que consideren a las mujeres como sujetos de investigación.

De manera general, las mujeres participan cada vez más activamente en la economía de la mayoría de los países del mundo, no sólo como trabajadoras, sino como emprendedoras (Romo, Suárez y Batres, 2007). Por lo que se han visto incrementados los estudios de la mujer como empresaria en uno de los medios más difíciles para su desempeño: el área rural (Tigges y Green 1994). Los investigadores han fijado su mirada en las características que distinguen a las mujeres de las regiones rurales, a sus condiciones de vida que retardan u obstaculizan su entrada y desarrollo en la dinámica económica de las mismas (García, 1989).

Así, aunque la agricultura está en el centro del desarrollo rural y las mujeres rurales también lo están (Akpınar, Talay, Ceylan y Gündüz, 2004), la población de estas zonas que vive de la agricultura ha descendido dramáticamente por la industrialización de los países, sobre todo los occidentales, que ha provocado la diversificación de actividades como estrategias alternativas para mantener la familia en el campo, como son el turismo y la pluri-actividad (Morell y Brandth, 2007).

Otro factor importante para los cambios que se suceden sobretodo en el campo mexicano es la migración del hombre (varón), en la búsqueda de una mejora en su situación económica y social, ya sea a la ciudad o principalmente en el caso de los Estados del norte de México, a los Estados Unidos de América, lo que ha sido considerado como el principal factor de los problemas en el área rural, que trae como consecuencia cambios en la actuación tradicional de la mujer de campo (Menjívar y Agadjanian, 2007).

Por otra parte, un aspecto importante, son los bajos niveles de educación del área rural que reducen las probabilidades de alcanzar un empleo bien remunerado (Phimister, Vera-Toscano y Weersink, 2002). En el caso de la mujer, el bajo nivel educativo y sus habilidades de trabajo, la han transformado en una fuente de reserva de mano de obra, una clase de *todo-terreno* (Petridou y Glaveli, 2008), dándole la ventaja de flexibilidad de adaptarse a las circunstancias diversas y los tipos de negocio que deseen emprender.

También se debe considerar que en el área rural, se conservan valores morales y religiosos tradicionales y son renuentes a los patrones de conductas modernas como el control de la fertilidad y el acceso igualitario a la educación (Istemic, 2007), además que en el medio rural, las mujeres casadas son más sensibles ante los cambios en el desempleo (Heaton y Martin, 1979), esto último puede ser una causa del cimiento de su emprendimiento presentado por un agudo problema económico.

Es así como el emprendimiento de la mujer ha surgido como una medida emergente a sus problemas, sobre todo lo financiero, y diversos investigadores han considerado esta actividad como clave para el desarrollo económico en muchos países (UN, 2004), al reconocer que es uno de los sectores de mayor crecimiento en la economía, que contribuye a la creación de empleos (SBA, 2010), enfatizando que las mujeres se vuelven más productivas, involucrándose en las actividades económicas e incrementando la posibilidad de obtener créditos (Afrin, Islam y Ahmed, 2010).

Surge de esta manera la pregunta de investigación ¿qué motiva a la mujer rural a emprender con la creación de una empresa? De lo antes descrito, y tomando en cuenta el cuestionamiento anterior, el objetivo de esta investigación, consiste en analizar la influencia de los principales motivos que tiene la mujer rural para iniciar un negocio y cómo se ve reflejado en su satisfacción y la admiración hacia ella.

Para cumplir con el objetivo, la investigación se lleva a cabo en las zonas de menos de 2,500 habitantes en el estado mexicano de Tamaulipas (477 empresarias rurales de los sectores comercial, de servicios y manufacturero). El estudio empírico, recolecta datos directamente de las mujeres rurales emprendedoras y analiza estadísticamente las correlaciones entre sus variables. El desarrollo del estudio se basa en la revisión de la literatura de las variables dependientes e independientes, posteriormente se realiza el trabajo de campo (aplicación del cuestionario y análisis y discusión de resultados), para finalizar con las conclusiones y precisar las principales aportaciones al conocimiento.

## **2. Revisión de la Literatura**

Semerena (2007) afirma que la sociedad rural mexicana se ha transformado profundamente en los últimos treinta años, habiendo un cambio radical en las diversas fuentes de ingreso de la familia del campo, sobre todo en lo que respecta a actividades no agrícolas y a la aportación de la mujer, cuyas formas de integrarse a las fuentes de ingreso se han multiplicado: sueldo, empleo informal, empresa. Asimismo, agrega este economista que deben reconocerse el carácter

heterogéneo y complejo del área rural, así como las cambiantes condiciones del campo incorporando las políticas a que obliga la globalización, aumentando la inversión en capacitación y el desarrollo de nuevos intermediarios financieros.

## **2.1. Motivación**

Indudablemente la motivación del ser humano ha llamado la atención de los estudiosos no sólo para comprenderla, sino también para provocarla, alentarla y hasta administrarla. En este rubro, por motivación se entiende aquello que lleva a una persona a actuar de determinada manera, puede ser un impulso interno o algún factor externo que la *empuje* a llevar a cabo algo que otra persona desea que realice.

Existen diversas teorías sobre motivación: Teoría X y Y de McGregor, Teoría ERG de Alderfer, Teoría de la Motivación-Higiene de Herzberg, Teoría de la Motivación de la Expectativa de Vroom, Teoría de la Equidad, Teoría de la Motivación de McClelland, entre otras. Sin embargo, existe una que es ampliamente usada a nivel mundial, como lo es la Jerarquía de Necesidades de Maslow descrita a menudo como una pirámide que consta de cinco niveles, los primeros cuatro han sido denominados necesidades de deficiencia, las que pueden satisfacerse, mientras que las del nivel superior se les reconoce como una necesidad de crecimiento del ser humano, las cuales son una fuerza impelente constante que impide que alguien se sienta plenamente satisfecho. La idea básica de esta jerarquía es que el ser humano buscará satisfacer las necesidades más altas sólo una vez que se han satisfecho sus necesidades inferiores en la pirámide. De esta forma, habrá fuerzas de crecimiento que darán lugar a un movimiento hacia arriba en la jerarquía, pero también podrán existir fuerzas regresivas que empujen las necesidades prepotentes hacia abajo en la misma.

En la interpretación de la pirámide de Abraham Maslow: El ser humano al tender a satisfacer sus necesidades primarias (las fisiológicas, de seguridad y sociales) antes de buscar las de más alto nivel: de estima y autorrealización, considerará como motivadores sólo a las no satisfechas aún (Koontz, Weihrich y Cannice,

2008), es decir, cuando una persona avanza en sus aspiraciones personales en la vida o en alguna organización, sus necesidades básicas van decreciendo, mientras que las más altas tienden a crecer.

Retomando el tema de la mujer rural emprendedora, los organismos de diferentes países centran su atención en dos factores: la capacitación apropiada para los adultos y jóvenes, hombres y mujeres de las áreas rurales, por un lado, y la motivación adecuada para los mismos, por la otra. Al respecto, la Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural de México (2011:6) menciona: *buscamos brindar a los campesinos un desarrollo humano que les permita tener las mismas oportunidades para aprovechar su potencial y de esta manera recuperar la confianza en sí mismos y en el grupo social del que forman parte.*

La mujer en cuanto a estos dos factores es muy sensible (Boy, Gâches, Jiménez, Clement y Quintanilla, 2007:17), en la “Conferencia Castellana” de Fostering Gender Equality, expresaban que *la mujer rural tiene el doble de problemas para emprender*, refiriéndose a los problemas de emprender en sí y los derivados de su exclusión rural. Por su parte, en el debate sobre el papel y el liderazgo de la mujer, dentro de la misma conferencia, se realizó la siguiente pregunta-respuesta que es muy significativa para este estudio: *¿por qué a pesar de las 60 horas semanales, de la carga familiar adicional y de no tener tiempo personal, hay un 51% de mujeres que están satisfechas? Yo creo que es porque esto les da autonomía económica, y eso les trae autonomía social y empoderamiento. Otra cuestión importante es que una mujer que quiera crear su propio negocio no lo haga pensando en que podrá manejar su propio tiempo, en el sentido de tener más horas libres para pasar con su familia, eso es crear una falsa expectativa* (Fostering Gender Equality, 2007:12).

La situación de la mujer, entonces, debe ser un tema constante de análisis y proyección, pero tratándose de la mujer rural, necesita un apoyo mayor y sistemáticamente consecuente y para ello es preciso estudiar sus motivaciones para emprender (Federación Latinoamericana de Mujeres Rurales, 2011). Sobre



ello, se argumenta el hecho de que muchas mujeres rurales tienen dificultad por encontrar trabajo, satisfacer sus necesidades personales y ganar dinero para el sostenimiento de sus obligaciones familiares (Zellner, 1994), y que están resolviendo este problema iniciando sus propios negocios (NFWBO, 1998), aunque cabe aclarar que muchas de ellas quisieran trabajar, pero están limitadas por la localización, dificultades físicas de comunicación al lugar de trabajo, o situaciones personales o familiares (Tigges y Green, 1994).

Se ha descrito con anterioridad, que uno de los principales motivos del emprendimiento en los negocios de la mujer rural es debido a la migración del hombre ya sea a centros urbanos o ciudades en el extranjero, principalmente a los Estados Unidos de América, a esta problemática se adhiere que muchas mujeres no pueden salir de sus áreas rurales y necesitan encontrar una fuente alternativa de ingresos dentro de su comunidad (Wortman, 1990), considerando que si la mujer rural que viene de un núcleo familiar (viven bajo el mismo techo) tiende a ser más emprendedora (Punitha, Sangeeta y Padmavathi, 1999). Istenic (2007) sostiene que la forma en seleccionar el tipo de trabajo se da principalmente en su estilo de vida que los describe como:

- Centrada en el trabajo: la mujer le da más prioridad a su trabajo que a su familia.
- Centrada en el hogar: mayor importancia a la familia que el trabajo.
- Adaptivas: cambia el énfasis de su preferencia en su ciclo de vida trabajo/familia.

A lo antes expuesto, existen muchas razones del por qué la mujer rural inicia un negocio, algunas son *empujadas* por circunstancias negativas, mientras que otras son *jaladas* por oportunidades positivas: avance en su carrera, incremento de los premios económicos, más libertad y flexibilidad (NFWBO, 1998), es una fuente de ingresos, disfrutar una mejor calidad de vida, disponibilidad de préstamos y seguridad en general (Afrin et al., 2010), a fin de cuentas, el emprender se da por satisfacer sus necesidades personales con el propósito de alcanzar su independencia económica (Petridou y Glaveli, 2008).

En otras palabras, aun cuando los empleos formales han estado disminuyendo en todo el mundo, las actividades de generación de ingresos por parte de la mujer ha sido muy importante para su supervivencia, quienes operan normalmente en mercados contraídos (Downing, 1995), pero persiste el problema a pesar de los progresos, las mujeres siguen teniendo dificultades con el financiamiento, es decir la forma de alcanzar créditos (Zellner, 1994).

La falta de apoyo algunas veces de la familia, de la comunidad, la ignorancia de disponibilidad de oportunidades, la falta de motivación para iniciar nuevos proyectos y una preferencia por las ocupaciones tradicionales han inhibido la promoción en los pueblos del desarrollo del emprendimiento entre las mujeres rurales (Rao, 1991), porque en el medio rural, se nota más que la familia es el centro neurálgico de su convivencia cotidiana, por lo que la emprendedora femenina está más a gusto en áreas donde haya un balance entre trabajo y familia (NFWBO, 1998).

Podría decirse que normalmente, la mujer rural prefiere involucrarse en nuevas actividades en el campo a hacer un empleo asalariado, porque pueden combinar las responsabilidades del hogar con el trabajo en el campo (Petridou y Glaveli, 2008), así como también les da la oportunidad de estar más de cerca y pasar más tiempo con sus hijos y su *rancho*, la cual es la principal característica de ser una buena madre, ama de casa y agricultora.

En cambio, la participación de la mujer decrece en actividades que hacen uso de máquinas debido a su educación inadecuada o a su cultura (Akpinar et al., 2004), lo que ha constituido una de las fuertes barreras ideológicas para el desarrollo pleno del emprendimiento de la mujer rural que abarque no solamente actividades básicas o artesanales, si no, impulsar sus deseos y necesidades en otras tareas de negocios más sofisticadas que incluyan el uso de tecnologías de información.

Todo lo anterior lleva a un tema específico, el emprendimiento, el cual es tratado en el apartado siguiente.

## 2.2. Emprendimiento

Rodríguez (2009:26) afirma que la palabra *emprendimiento* se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa *estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo*, mientras que Fornichella (2004:7) lo define como el *desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación*. Por su parte, Schumpeter (1949) definió al emprendimiento como el enfoque en la innovación en cuatro áreas: nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos mercados y nuevas formas de organización. Couyoumdjian (2008) afirma que el empresario schumpeteriano presenta características asociadas regularmente con esta figura, como son: iniciativa, visión, imaginación, pero, además, el liderazgo, el cual lo conduce a un proceso de innovación en la economía.

El ser emprendedor tiene muchos significados para los investigadores; Afrin et al. (2010) señalan que es una persona o equipo que identifica las oportunidades, reúne los recursos necesarios y es el responsable del desempeño de la organización. Pallares, Romero y Herrera (2005) afirman que es una persona o grupo de personas, ya sea en forma independiente o asociadas, por voluntad propia y motivaciones individuales deciden asumir un riesgo para realizar una actividad económica dada, aspirando al éxito.

Relacionado con lo anterior, y acerca del sujeto, Formichella (2004) le otorga al emprendedor la capacidad de crear, de concretar ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y enfrentar problemas, de descubrir oportunidades, poseer iniciativa propia y sabe crear la estructura necesaria para emprender su proyecto, ser capaz de comunicarse y de generar redes, con capacidad de convocatoria, de conformar grupos de trabajo y realizar sus tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Por otra parte, hasta finales de la década de 1980, se creía que no existían teorías ni modelos en el campo del emprendimiento (Wortman, 1990). Actualmente,

existen algunos modelos que intentan explicar el funcionamiento de los procesos de emprendimiento. Éstos incluyen factores como la motivación, decisión, procesos iniciales en la creación de empresas o productos, plan y gestión de negocios y administración de actividades, con fortalezas humanas, financieras y operativas (Bruyat y Julien, 2000). Shane, Locke y Collins (2003) constatan que son solo algunas variables importantes y puntos de referencia al iniciar un proceso de emprendimiento.

Para Ahmed y McQuaid (2005), existen cinco perspectivas del emprendimiento: *i)* una función económica, *ii)* una forma de conducta, *iii)* un conjunto de características, *iv)* un pequeño negocio, y *v)* creación de abundancia. Estas definiciones incluyen la iniciativa, organización y toma de riesgos (Afrin et al., 2010).

Asimismo, hay muchos motivos del por qué del emprendimiento, pero pueden concentrarse básicamente, en el deseo de flexibilidad en las horas de trabajo, recompensa financiera e independencia en el trabajo (Robinson, 2001), a lo que se añade la necesidad de que exista un balance entre familia y trabajo (Petridou y Glaveli, 2008).

Otra figura que debe conceptualizarse es la empresa, la cual, típicamente, es considerada como una entidad económica creada por el emprendedor (Henry, Hill y Leitch, 2005). Rodríguez (2009:96) la define *como una actividad económica particular*, y agrega que para crearla y sostenerla el emprendedor tiene que utilizar diversos tipos de recursos como capital, trabajo y canales de distribución, habría que agregar el valioso recurso humano, así como el muy necesario administrativo.

Una vez atendidos los conceptos anteriores, ahora es preciso avocarse a la mujer que emprende, en este caso se ha encontrado que las empresas de mujeres se conducen en pequeñas organizaciones o nuevos negocios (Tigges y Green, 1994), y de acuerdo a Zellner (1994), los expertos creen que los negocios de mujeres se enfocan en la capacitación, trabajo en equipo, reducción jerárquica y calidad.

Ahora bien, tratándose de una emprendedora que además se desempeña en el área rural, ella es alguien independiente, tomadora de riesgos, orientada al logro, segura de sí misma, optimista, que trabaja duro y es innovadora (Hoy, 1993). Por su parte, Wortman (1990) define a la empresaria rural como la encargada de la creación de una nueva organización que introduce un nuevo producto, sirve o crea un nuevo mercado o utiliza nueva tecnología en el ambiente rural.

### **2.3. Satisfacción**

La participación de la mujer en el ámbito empresarial ha ido aumentando progresivamente. En Europa se calcula que entre un 15 y un 30% de empresas son propiedad de mujeres, reconociéndose que en una gran medida se trata de negocios pequeños (Echaniz, 2001). Por su parte, Estados Unidos de América contabilizaba en 2002, seis y medio millones de mujeres propietarias de un negocio, de los cuales un 14% de ellas tenía siete millones cien mil empleados (Small Business Research Summary, 2006).

Al respecto, se considera que para sentirse satisfecha en el ámbito laboral, es de suma importancia lograr un equilibrio entre el trabajo y la familia, entendido éste como la capacidad de igualar el compromiso y la satisfacción con los papeles desempeñados tanto en la empresa como en la familia y la distribución equitativa de sus recursos en todos los aspectos de la vida (Clark, 2000). Dentro de éstos, destacan aquellos de tipo psicológico como son los estados de satisfacción o insatisfacción que le provoca a la mujer el desarrollarse en el trabajo, de forma particular el ser empresaria.

#### **Satisfacción familiar**

El contexto familiar es vital para el desempeño de la mujer en el ámbito laboral, de la manera en que los miembros de la familia perciban el trabajo de la hija, esposa o madre, y de cómo ella misma perciba que cumple con su papel de hija, esposa y madre dependerá el equilibrio entre ambos y por ende, que se sienta satisfecha de lo que realiza en el área laboral o empresarial y en la familiar (Still y Timms 2000).

Sin embargo, Castro y Sánchez (2000) vinculan la satisfacción con relación al logro de los objetivos tanto presentes como futuros, encontrando que el individuo se siente satisfecho por lograr objetivos que considera primordiales para su vida y en la esperanza de alcanzarlos también en el futuro, vinculándolos con quienes siente cercanos a él, como puede ser la familia, lo cual siente, le sirve de apoyo y lo preserva contra situaciones de tipo psicológico como la tensión y el estrés.

En este sentido, el mejor reconocimiento a la actividad que como empresaria tiene la mujer, lo obtiene en el seno familiar, mayormente de sus hijos, en quienes las madres se apoyan y delegan responsabilidades de la empresa. Le sigue, en este mismo tenor, el esposo y ambos padres. Sin embargo, la diversidad de roles que tiene que cumplir en los dos campos, la empresa y la familia, es nombrada como uno de los principales obstáculos (Belausteguigoitia, 2004).

Al respecto, Friedman y Greenhaus (2001) señalan que la satisfacción emocional que se obtiene en un campo de la vida (el trabajo de la empresa) afecta de forma directa a la satisfacción en otro (la familia), por lo que, de forma general, sí es posible lograr el equilibrio entre una carrera y una vida satisfactoria, no obstante, se reconoce que es más difícil lograrlo para una mujer, dado que los esquemas de división del trabajo doméstico no han cambiado mucho y son las madres las que más recienten por el peso que sobre ellas tienen los hijos (Still y Timms, 2000).

Las personas que evidencian una alta satisfacción con la vida poseen una adecuada salud mental, ausente de estrés, depresión, afectos negativos o ansiedad (Atienza, Pons, Balaguer y García-Merita, 2000). Además, la vida familiar, aunque complique el horario y la disponibilidad para temas personales o laborales, es una fuente insustituible en la satisfacción general del individuo (Chinchilla, Poelmans y León, 2005).

### **Satisfacción con la empresa**

Definitivamente, la empresa es un logro en la vida del hombre, ésta como producto del hombre es una respuesta al estilo de vida de su creador, un reflejo del carácter

del empresario, fruto de su espíritu, de su coraje y de su forma de ser (Llano, 2007). Para la mujer puede ser aún más significativo el logro de una empresa exitosa, aunque los negocios propiedad de mujeres son en su mayoría empresas pequeñas, con una inversión reducida, menores ingresos y pocos empleados (Bird y Brush, 2002).

Las empresas pueden llegar a ser algo tan trascendental para la empresaria siempre y cuando se adapte a su forma de vida, para que no sea una fuente de desequilibrio. Un estudio llevado a cabo en España encontró que uno de los factores que contribuyen a que la mujer dueña de una empresa se sienta satisfecha con ésta es la flexibilidad que le proporciona para equilibrar familia y trabajo, para lograr un sentimiento de independencia y del control de su propio destino (Echaniz, 2001).

La relación familia-trabajo es sumamente compleja y conlleva a que ambos sistemas se influencien mutuamente, por lo que la empresaria debe adaptarse a los dos. Así, las dificultades provenientes de la familia se manifiestan en el trabajo, y el apoyo familiar produce un sentimiento de bienestar en la familia que se traduce en un bienestar en la empresa, como componentes emocionales (Clark, 2000). Al final, la mujer en la empresa mide su éxito, según un estudio de Moore y Buttner (1997), en razón de tres factores: crecimiento personal, desarrollo y recompensa, lo cual la lleva a sentirse orgullosa de poseerla.

Hasta aquí, se ha hecho un breve recorrido por el estado del arte de la mujer empresaria rural y su satisfacción, lo cual sentó las bases para la construcción de las hipótesis. Se debe aclarar que las relaciones entre las variables dependientes e independientes no vienen de una teoría sencilla o consolidada, más bien, se pretende colocar el cimiento de lo que pueden ser estudios más profundos en cada una de las variables aquí analizadas. Las hipótesis se refieren a los cinco motivos principales contrastados con la satisfacción personal y la admiración, englobados en: *i)* admiración por su negocio, *ii)* satisfecha con los logros, *iii)* estrés

por el negocio, *iv*) motivo por el que continua con el negocio, y *v*) el deseo de continuar con el negocio por un familiar:

H<sub>1</sub>. La mujer rural emprende al dejar los estudios y con ello busca una satisfacción personal y que sea admirada en su localidad.

H<sub>2</sub>. La mujer rural emprende al sobrarle tiempo y con ello busca una satisfacción personal y que sea admirada en su localidad.

H<sub>3</sub>. La mujer rural emprende para continuar con la empresa familiar y con ello busca una satisfacción personal y que sea admirada en su localidad.

H<sub>4</sub>. La mujer rural emprende por superación personal y con ello busca una satisfacción personal y que sea admirada en su localidad.

H<sub>5</sub>. La mujer rural emprende por necesidad económica y con ello busca una satisfacción personal y que sea admirada en su localidad.

### **3. Método**

La presente deviene de una investigación sobre las características de la mujer emprendedora del medio rural de Tamaulipas, habiéndose estudiado 70 localidades rurales de 26 municipios de la Entidad. De ella se desprenden los resultados parciales que aquí se presentan.

Para definir los municipios rurales se utilizó la clasificación de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE):

- Rural disperso: población menor de 2,500 habitantes
- Rural semi-urbano: de 2,501 a 15,000 habitantes
- Urbano intermedio: de 15,001 a 100,000 habitantes
- Urbano-metropolitano: más de 100,000 habitantes

Se seleccionaron de inicio, los municipios rurales dispersos, que en Tamaulipas son únicamente cuatro y el número de empresarias en ellos es muy bajo, por lo que se decidió subir al nivel de municipios rurales semi-urbanos. Sin embargo, algunos de estos municipios no pudieron ser encuestados por cuestiones al contexto de inseguridad que priva en la zona de estudio, por lo que se levantó la



información en áreas rurales inferiores a 2,500 habitantes de municipios del rango urbano intermedio.

Posteriormente, se diseñó un instrumento para la recolección de datos con representantes de la Red de Género<sup>1</sup>, tomándose en cuenta cuestionarios aplicados en investigaciones anteriores sobre la mujer emprendedora. Los temas a investigar se clasificaron en condiciones económicas, sociales, culturales, de satisfacción, apoyo de su pareja, apoyo de su familia y apoyo del gobierno.

Se efectuó, en el caso de Tamaulipas, un estudio piloto en localidades rurales de los municipios de Altamira y González, las respuestas sirvieron para mejorar la redacción, modificar preguntas, eliminar las que no eran importantes y aumentar otras, dando como resultado un total de 66 ítems, clasificados como: 10 para datos demográficos, 17 variables económicas, 14 variables socio-culturales, 11 variables familiares y 14 variables personales.

Para la obtención de la muestra, conforme al Censo de Población y Vivienda del año 2000 la población de mujeres empresarias del estado de Tamaulipas era de 6,432. Con base en el conteo del INEGI (2006) éste era de 14,149, obteniéndose una muestra representativa de 283 (Figura 1) para un error admisible  $e=0.05$ , una proporción de éxitos  $p=0.25$ , una proporción de fracasos  $q=0.75$ , y coeficiente de confianza

---

Figura 1. Determinación de la muestra

Tomando en cuenta que la población pudo haber aumentado en los seis años distantes al 2012, se elevó a 500 cuestionarios, lográndose aplicar 477. Para ello se contrató una empresa especializada la que lo llevó a cabo en el transcurso de

---

<sup>1</sup> Esta investigación se encuentra en proceso, en red (Red de Género) con dos instituciones más: los Institutos Tecnológicos de Mérida y de Villahermosa, auspiciada por el Programa para el Mejoramiento del Profesorado (PROMEP)

un mes, la cual encuestó en las áreas rurales de 25 municipios. Como se señaló, esta es una investigación en proceso, por lo que se vuelve a recalcar que solo se presentan algunos datos de esa información recolectada en el trabajo de campo.

El diseño de la investigación se basa en un estudio cuantitativo del tipo descriptivo y un análisis inferencial por medio de las correlaciones. Se han seleccionado seis ítems uno funge como variable independiente (con cinco posibles vertientes o respuestas) y cinco como dependientes:

- Independiente: ¿Cuál fue el principal motivo que la impulsó a poner el negocio? De la cual surgen cinco posibles respuestas: *i)* al dejar los estudios, *ii)* porque me sobraba tiempo, *iii)* para continuar con la empresa familiar, *iv)* superación personal, y *v)* por necesidad económica.
- Dependientes: ¿En su comunidad la admiran por tener su negocio? ¿Qué tan satisfecha está por los logros alcanzados? ¿Qué tanta tensión le ocasiona el negocio? ¿Por qué continua con su negocio? ¿Desea que un miembro de su familia siga con el negocio?

A esta selección, el paso siguiente fue su transformación a variables dicotómicas (1=presente, 0=ausente) por medio de SPSS versión 18 para llevar a cabo los análisis estadísticos respectivos. Al tener los datos listos, se realiza el análisis descriptivo y de correlación. Se presentan a continuación los principales hallazgos.

## **Resultados**

En su mayoría es una mujer de 31 a 50 años (56%), ya una fémina en su madurez, de religión católica (83%) que está o ha estado casada o tiene una pareja con 88%. Para ello, tres de cada cuatro mujeres respondieron tener pareja. Esto indica que su ambiente familiar es más estable que el de la mujer que apenas inicia su vida familiar, lo que le es proclive para llevar a cabo actividades que le alejan parcialmente de su hogar, al no haber demasiados hijos (en promedio tres, que para el área rural son pocos) que cuidar y le obliguen a quedarse en casa, todo lo cual facilita el hecho de emprender. Es de notarse también y por encima de

la media nacional, está lo relativo a la media de educación, Tamaulipas tiene un promedio de 9 años entre sus mujeres empresarias rurales.

La Tabla 1 muestra los resultados de las correlaciones de las variables planteadas en formas de hipótesis. Se puede notar que solamente 6 cruces son válidos (sombreados) para aceptar dichas proposiciones:

- Al dejar los estudios → Continua por necesidad económica
- Me sobra tiempo → Continua por necesidad económica
- Superación personal → Continua por necesidad económica
- Por necesidad económica → Admiración por el negocio
- Por necesidad económica → Satisfacción
- Por necesidad económica → Continua por necesidad económica (esta correlación es la que mayor confiabilidad alcanza,  $p < 0.001$ )

Variables Independientes \ Variables Dependientes		¿En su comunidad la admiran por tener su negocio?	¿Qué tan satisfecha está por sus logros alcanzados?	¿Qué tanta tensión (estrés) le ocasiona el negocio?	¿Por qué continua con su negocio?
Al dejar los estudios	Correlación de Pearson	.018	.004	-.094	.125
	Sig. (bilateral)	.691	.925	.040	.006
Me sobra tiempo	Correlación de Pearson	.027	.026	-.024	.105
	Sig. (bilateral)	.562	.568	.604	.022
Continuar con EF	Correlación de Pearson	.016	.055	.065	-.075
	Sig. (bilateral)	.726	.234	.158	.102
Superación personal	Correlación de Pearson	.070	.089	.011	.224
	Sig. (bilateral)	.125	.052	.808	.000
Por Necesidad económica	Correlación de Pearson	.109	.101	.040	.339
	Sig. (bilateral)	.017	.028	.387	.000

Tabla 1. Correlación de variables

Puede constatarse que una variable independiente (Por necesidad económica) es la que sobresale y la cual impacta a tres variables independientes. También es de notarse ampliamente que la variable dependiente que mayor impacto recibe es la de continuación del negocio con correlaciones con el tiempo disponible, la superación personal pero con mayor énfasis por la necesidad económica. Es decir, haciendo un balance general del estudio, la mujer empresaria rural sigue emprendiendo y continua trabajando horas y horas todos los días, por la situación económica tan precaria por la que está pasando.

Los resultados, indican que el estrés no está presente en las mujeres analizadas. Se han acostumbrado a este estilo de vida que les ha tocado vivir. Asimismo, no están preocupadas por que algún familiar continúe con el negocio que han iniciado, una causa puede ser, que los análisis indican que desafortunadamente, las mujeres del medio rural, viven al día y no piensan en lo que pasará a corto plazo mucho menos al mediano y largo plazo.

Se nota de igual forma que esa necesidad económica que le ha motivado a emprender, le está dando satisfacción por sus logros alcanzados, y que consecuentemente también se siente admirada.

#### **4. Conclusiones**

La vida del hombre desde su aparición en la Tierra ha estado sujeta a procesos de adaptación en las distintas etapas de su evolución, la migración es un elemento más de la globalización que difícilmente es controlado por alguien o algún país, ello ha desencadenado directa e indirectamente que las mujeres del área rural busquen nuevas formas de subsistir junto con su familia, lo que ha ocasionado que se vuelva una emprendedora capaz de enfrentar todas las adversidades sociales, políticas, tecnológicas, administrativas y culturales.

El objetivo de esta investigación es analizar aquellos motivos que permiten que una mujer del medio rural sea emprendedora y cómo ella lo percibe en su satisfacción y el sentirse admirada por los demás en su localidad. Se han

contestado las hipótesis, los resultados son muy precisos porque señalan varias áreas donde puede surgir información que sirva como retroalimentación o punto de partida para otras investigaciones.

Inicialmente se planteó la Teoría de la Jerarquía de las Necesidades de Maslow, los resultados muestran que las mujeres empresarias del área rural en este estudio no obstante no han superado completamente la primer y segunda etapa de dicha teoría, pero es necesario señalar que han escalado otros elementos de la pirámide como la de Estima y Autorrealización que están en la cima de esta Jerarquía. Es decir, esta mezcla de resultados de cierta manera puede justificarse por el hecho de que las mujeres analizadas cuentan con un nivel educativo más alto que la media nacional, la situación geográfica cercana a los Estados Unidos de América que favorece la captación de ideas, el poseer una casa, contar con agua corriente, luz eléctrica y de otra forma de apreciar las circunstancias que juntos estos elementos le da una perspectiva de ver las cosas y ser una emprendedora natural o en su caso por necesidad.

Los datos que se generaron permiten inferir en dos grandes vertientes, por un lado, la mayoría de ellas son casadas y siempre cuentan con el apoyo de su pareja y de su familia, lo que les permite tener tiempo libre para emprender en el mundo empresarial, y por otro lado, aunque la mujer en el área rural, no debe ser visto solamente desde el punto de vista económico, los problemas que enfrenta, devienen de la migración de los varones, es la necesidad económica, el sacar adelante a su familia y ser una fuente de progreso económico y social.

De la misma manera, el estrés que se ha considerado el mal del siglo XXI, no le ha causado ningún estrago, ya que la compensación que recibe por contar con un negocio, le permite compartir y obligarse a las largas horas de trabajo, su responsabilidad como esposa, como madre, como hija, y sobre todo como empresaria, que como se ha descubierto, siente esa satisfacción de haber logrado algo, un respaldo que, aunque sea económico, le ha solventado para *sacar* adelante su familia, el contar con un patrimonio, y servicios públicos, entre otras

cosas, lo que le ayuda de igual manera a percibir que sea admirada por la gente que le rodea y la de su localidad.

Como punto final, hay que estar conscientes que la mujer empresaria rural ha avanzado de acuerdo a los teóricos de la motivación, pero estos resultados muestran que hace falta mucho camino por recorrer, ya que las necesidades económica, siguen siendo el principal factor que generan el emprendimiento en ellas.

#### 4. Bibliografía

- Afrin, S.; N. Islam; S.U. Ahmed (2010). Microcredit and rural women entrepreneurship development in Bangladesh: a multivariate model. *Journal of Business and Management*, 16(1), pp. 9-36
- Ahmed, A.; R.W. McQuaid, (2005). Entrepreneurship, Management, and Sustainable Development. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 1(1), pp. 6-30.
- Akpınar, N.; I. Talay; C. Ceylan; S. Gündüz (2004). Rural women and agrotourism in the context of sustainable rural development: a case study from Turkey. *Kluwer Journal*, 6, pp. 473-486
- Atienza, F. L.; Pons, D.; Balaguer, I., García-Merita, M. (2000). Propiedades psicométricas de la escala de satisfacción con la vida con adolescentes, *Psicothema*, 12(2), pp. 314-319.
- Belausteguigoitia, I. (2004). *Empresas familiares Su dinámica, equilibrio y consolidación*. Mc Graw – Hill. México.
- Bird, B.; C. Brush (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), pp. 41–65.
- Boy, E.; P. Gâches; R. Jiménez; F. Clement; C. Quintanilla (2007). Mujer rural, creación de empresas y microcréditos. *Informe de la Conferencia Castellana. Fostering Gender Equality*. Madrid, España.
- Bruyat, C.; P. Julien (2000). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16, pp. 165–180.
- Castañeda, I. (2006). Discurso en *Las mujeres rurales en México. Estrategias para su desarrollo*. Secretaría de Relaciones Exteriores, UNIFEM y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. México, p. 16.
- Castro, A.; Sánchez, M. (2000). Objetivo de vida y satisfacción, autopercepción en estudiantes universitarios. *Psicotherapia*, 12(1), pp. 87-92.
- Chinchilla, N., Poelmans, S., León, C. (2005). *Directivas en la empresa: criterios de decisión y valores femeninos en la empresa*, Ed. International Center of Work and Family, New Jersey.
- Clark, S. (2000). "Work-family border theory: A new theory of work-family balance". *Human Relations*, 53 (6), pp.747-770.

- Couyoumdjian, J. P. (2008). *Sobre el empresario y el emprendimiento en la teoría económica: Una revisión*. Facultad de Economía y Negocios Universidad del Desarrollo Consultado el 31/07/2011 en <http://www.cicodi.org/Publicaciones/CDocumentsandSettingsAdministradorEscritorioempreendedor-68891563828.pdf>
- Downing, J (1995). The growth and dynamics of women entrepreneurs in southern Africa. En B. House-Midamba, and F.K. Ekechi (eds) *African Women and Economic Power: The Role of Women in African Economic Development*, Westport CN: Greenwood
- Echaniz, M. A. (2001). La situación de la mujer en la empresa. Hacia el liderazgo femenino. Caso de MCC. Universidad de DEUSTO, Campo de San Sebastián.
- Federación Latinoamericana de Mujeres Rurales (2011). (Consultado 31/07/2011). <http://www.flamur-america.org/vision-mision.html>
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Chacra Experimental Integrada Barrow. Argentina
- Fostering Gender Equality (2007). Debate El papel y el liderazgo de la mujer. *Informe de la Conferencia Castellana*. Madrid, España.
- Friedman, S.D.; Greenhaus, J.H. (2001). *Trabajo y familia ¿aliados o enemigos?*. Oxford University Press México, S.A. de C.V. México.
- Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural (2011). Boletín Informativo Número 1 (Consultado 31/07/2011). <http://www.pymempresario.com/temas/fundacion-mexicana-para-el-desarrollo-rural/>
- García, M.D. (1989). Actividad agraria y género en España: una aproximación a partir del Censo agrario de 1982, *Documents de Anàlisi Geogràfica*, 14, 89-114
- Heaton, C.; P. Martin (1979). Labor force participation differs significantly for the rural woman. *Monthly Labor Review*, 102(1), pp. 71-73
- Henry, C.; F. Hill; C. Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+Training*, 47(2), pp. 98-111
- Hoy, F. (1983). A program of rural entrepreneurship from inception through implementation. *Journal of Community Development*, 14, pp. 33-49
- INCA RURAL (2006). *Desarrollo de capacidades rurales en territorios rurales. Experiencia del INCA Rural 2001-2006*. Secretaría de Agricultura y Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación e Instituto Nacional para el desarrollo de capacidades del sector rural A.C. México D. F.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía y Informática (2006). Sistema de Cuentas Nacionales de México. "Producto Interno Bruto por Entidad Federativa 1999-2004". Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos.
- Istemic, M.C. (2007). Attitudes towards gender roles and gender role behavior among urban, rural, and farm population in Slovenia. *Journal of Comparative Family Studies*, 38(1), pp.477-496
- Koontz, H.; H. Weihrich; M. Cannice (2008). *Administración. Una Perspectiva Global y Empresarial*. 13va edición, McGraw Hill, China
- Luna, A.C. (2009). Las mujeres en la historia. De la omisión al análisis de las acciones de las mujeres a través del tiempo. *Género, Sociedad y Cultura*.

- Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso. Universidad de Málaga, España. Grupo eumed.net , pp 9-23
- Llano, C. *La amistad en la empresa*. Fondo de Cultura Económica y Sociedad Panamericana de Estudios Empresariales. México, D. F.
- Menjívar, C.; V. Agadjanian (2007). Men's migration and women's lives: views from rural Armenia and Guatemala. *Social Science Quarterly*, 88(5), pp. 1243-1262
- Moore, D.P.; Buttner, E.H. (1997). Women's organizational exodus entrepreneurship: Self reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 1(35), pp. 34-46.
- Morell, I.A.; B. Brandth (2007). Family and gender in the transformation of the countryside. *Journal of Comparative Family Studies*, 38(1), pp. 371-377
- NFWBO (National Foundation for Women Business Owners (1998). Center for Women Business Research, 3. (Consulta: 17 junio 2011, <http://www.nfwbo.org>)
- Pallares, Z.; D. Romero; M. Herrera (2005). *Hacer una empresa: Un reto*, 4ª Edición. Fondo Editorial Nueva Empresa. Madrid, España.
- Petridou, E.; N. Glaveli (2008). Rural women entrepreneurship within co-operatives: training support. *Gender in Management: An International Journal*, 23(4), pp. 262-277
- Phimister, E.; E. Vera-Toscano; A. Weersink (2002). Female participation and labor market attachment in rural Canada. *American Journal of Agricultural Economics*, 84(1), pp. 210-221
- Punitha, M.; S. Sangeeta, S.; K. Padmavathi (1999). Women Entrepreneurs: Their Problems and Constraints. *The Indian Journal of Labor Economics*, 42(4), pp. 707-716
- Ram, N; Khoso, I.; Ali, S.; Shafik, K.; Shaik, F. (2011). Sustainable Rural Development through Women Participation in SMEs Business Growth in Sindh. *Journal of Sustainable Development*. 4 (1); February. Pp240-245
- Rao, H.C. (1991). Promotion of Women Entrepreneurship. *SEDME*, 18(2), pp. 21-28
- Robinson, S. (2001). An examination of entrepreneurial motives and their influence on the way rural women small business owners manage their employees. *Journal of Development Entrepreneurship*, 6(29), pp. 151-167
- Rodríguez, A.R. (2009). Mujer rural: participación económica, social y política. Encuentro: La perspectiva de género en la promoción del mundo rural, Universidad Ambiental de la Palma.
- Romo, L.; D. L. Suárez; C. M. I. Batres, (2007). Características y competencias de las mujeres empresarias. *Ide@s CONCYTEG*. Año 2, Núm. 23. 30 de Julio.
- SBA (Small Business Administration) (2010). *SBA Releases Final Women-Owned Small Business Rule to Expand Access to Federal Contracting Opportunities*. The U.S. Small Business Administration, Washington. (Consultado: 15 junio 2011, <http://www.sba.gov/about-sba-services/7367/5524>)
- Shane, S., Locke, E. A., y Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.
- Schumpeter, J. A. (1949). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.



- Semerena, R. (2007). Los programas gubernamentales de apoyo al campo *Columnas y Opinión*. Consultado el 8 de agosto de 2011 en [http://www.inforural.com.mx/noticias.php?&id\\_rubrique=114&id\\_article=3138](http://www.inforural.com.mx/noticias.php?&id_rubrique=114&id_article=3138)
- Small Business Research Summary (2006). Women in Business: A Demographic Review of Women's Business Ownership. *Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration (August)*, 280.
- Still, L.V.; Timms,W. (2000). Women's Business: The Flexible Alternative Work Style for Women. *Women in Management Review*, 15(5/6), pp. 272-282
- Tigges, L.M.; G.P. Green (1994). Small Business Success Among Men- and Women-Owned Firms in Rural Areas. *Rural Sociology*, 59(2), pp. 289-310
- UN (United Nations) (2004). *Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor*. Report of the Commission of the Private Sector and Development to the UN
- Wortman, M.S. (1990). Rural Entrepreneurship Research: An Integration into the Entrepreneurship Field. *Agribusiness*, 6(4), pp. 329-343
- Zellner, W. (1994). Women Entrepreneurs. *Business Week*, Apr 18, No. 3367, pp. 104-109