

MUJERES RURALES Y EMPRENDIMIENTO. ESTUDIO DE SUS CARACTERÍSTICAS PERSONALES

Lourdes del Carmen Pineda-Celaya^{*1}, José Félix García-Rodríguez^{**}, Juana Patricia Muñoz-Chávez.

^{*}Universidad Autónoma de Guadalajara, México.

^{**}Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

^{***}Universidad Tecnológica de la Zona Metropolitana del Valle de México, México

RESUMEN

La investigación sobre el emprendimiento femenino en las zonas rurales del mundo en desarrollo es escasa. Esto puede dificultar la comprensión de las estrategias y enfoques únicos que las mujeres emprendedoras de estas comunidades adoptan en su desarrollo empresarial. El propósito del estudio es identificar las características personales de las mujeres de las comunidades rurales del municipio de Centro Tabasco, México que las lleva o no a emprender, a través del análisis de sus rasgos distintivos. En este estudio, 214 mujeres completaron el cuestionario de emprendimiento rural. Basado en revisión de la literatura y apoyándose en la perspectiva teórica del comportamiento planificado se formularon hipótesis. El método consistió en un estudio transversal y se realizó un análisis multivariante de AFC y ACP. Los resultados de este estudio revelaron que, de las características presentes en un emprendedor de éxito, la población objeto de estudio carece del 62.85 %, lo que puede ser motivo del bajo nivel de subsistencia que impera entre los negocios y/o empresas que se desarrollan en las CRMCT.

PALABRAS CLAVE: Pobreza, emprendimiento femenino, características personales, mujer rural, innovación.

ABSTRACT

Research on female entrepreneurship in rural areas of the developing world is scarce. This can make it difficult to understand the unique strategies and approaches that women entrepreneurs in these communities adopt in their entrepreneurial development. The purpose of the study is to identify the personal characteristics of women in rural communities in the municipality of Centro Tabasco, Mexico that lead them to become entrepreneurs or not, through the analysis of their distinctive traits. In this study, 214 women completed the rural entrepreneurship questionnaire. Based on a review of the literature and supported by the theoretical perspective of planned behavior, hypotheses were formulated. The method consisted of a cross-sectional study and a multivariate analysis of CFA and PCA was performed. The results of this study revealed that, of the characteristics present in a successful entrepreneur, the population under study lacks 62.85%, which may be the reason for the low level of subsistence that prevails among the businesses and/or enterprises developed in the CRMCTs.

Key words: Poverty, female entrepreneurship, personal characteristics, rural women, innovation.

1. INTRODUCCIÓN

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) pone de manifiesto el abordaje de la causa fundamental de la pobreza y las desigualdades de género en todo el mundo. Específicamente, el ODS5, se enfoca en lograr la igualdad de género y empoderar a las mujeres y niñas. Entre otros subobjetivos, el ODS5 busca la participación plena y efectiva de las mujeres en todos los niveles de toma de decisiones en la vida política, económica y pública, igualdad de oportunidades, y una mejor calidad de vida. Sin embargo, a pesar de que en los últimos años los esfuerzos por reconocer la contribución de las mujeres en diversos aspectos de la sociedad, como la familia y las organizaciones, siguen enfrentando obstáculos y desafíos que se tornan más acentuados en las zonas rurales (Chatterjee et al., 2020; Cruz et al., 2022).

¹ lourdes.pineda@edu.uag.mx

En este sentido, el emprendimiento rural de las mujeres puede contribuir de manera significativa a incrementar los ingresos familiares, generar nuevas posibilidades de empleo y promover el desarrollo económico rural sostenible. Sin embargo, actualmente el número de mujeres emprendedoras en áreas rurales sigue siendo menor comparado con los hombres sobre todo en países en desarrollo (Ogundana et al., 2021; Shao et al., 2023).

Tomando como base para el marco conceptual la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de Ajzen (1991), se desarrolló la presente investigación. La TBP refiere que la intención es el mejor predictor individual del comportamiento. Investigaciones han demostrado que la TBP es la teoría más adecuada para predecir el comportamiento empresarial y la creación de empresas (Madawala et al., 2023).

El estudio se llevó a cabo en comunidades rurales del municipio Centro Tabasco, México. Debido a que es uno de los 10 estados más pobres del país, donde el 53% de la población se encuentra en nivel de pobreza, y el 21% vive en comunidades rurales (CONEVAL, 2023).

Tabasco se encuentra en el sureste mexicano, lugar donde se originaron importantes civilizaciones y guarda un valioso legado de la historia del país. A pesar de esto, es la región con menor desarrollo relativo y se enfrenta a desafíos como el bajo crecimiento económico, desigualdad, pobreza, rezago educativo y de salud, la explotación de recursos y la sostenibilidad del turismo. También experimenta tensiones derivadas de la migración centroamericana y la crisis petrolera (FIDESUR, 2023).

La contribución de la presente investigación es triple, en primer lugar, se contribuye a la literatura sobre estudios de mujeres en comunidades rurales. En Segundo lugar, se aporta información sugiriendo las características de las mujeres de comunidades rurales que las llevan o no a emprender. Finalmente, se aportan estrategias que coadyuven a empoderar a las mujeres al integrar las características mínimas que deben tener como emprendedoras de las comunidades rurales del municipio Centro Tabasco (CRMCT).

Por lo anterior, la presente investigación se enfoca en identificar las características personales de las mujeres de las CRMCT que las lleva o no a emprender, a través del análisis de sus rasgos distintivos.

2. EMPRENDIMIENTO FEMENINO

El concepto de emprendedor es amplio y ha sido objeto de estudio por muchos teóricos y académicos en el campo de los negocios. Schumpeter (1939), afirma que un emprendedor es una persona innovadora que aprovecha los cambios y que promueve la introducción de nuevos productos, métodos de producción, la apertura de nuevos mercados y la reorganización del proceso administrativo. Razón por la cual se dice que la innovación es un término indispensable del emprendimiento, debido a que coadyuva a la competitividad y crecimiento económico.

Por otro lado, Peter Drucker (1985), definió al emprendedor como aquel que busca oportunidades y sabe cómo aprovecharlas para aplicar recursos y crear valor. Sarasvathy (2001), desarrolló la teoría de efectualidad. Según esta teoría, el emprendedor no comienza con un plan detallado, sino que utiliza los recursos disponibles para crear oportunidades.

La importancia del emprendimiento en la economía actual es cada vez más evidente. Los emprendedores son agentes de cambio y de innovación, crean empleos y pueden contribuir significativamente al crecimiento económico (Ávila, 2021). El emprendimiento ha sido objeto de estudio desde la perspectiva de diferentes campos del conocimiento. En algunos, tratando de identificar sus características personales, en otros, los factores que promueven la actividad emprendedora en un individuo.

Aunque en la literatura es posible encontrar múltiples aportaciones al concepto de emprendedor, aún no se ha logrado tener un consenso de él. Sin embargo, la revisión de la literatura nos permite decir que, para ser un emprendedor de éxito no es necesario ser innovador, pero sí es importante recurrir a la innovación para lograrlo (Vernaza et al., 2020). Por el contrario, no es necesario ser emprendedor para ser innovador. Sin embargo, en el contexto actual, solo se considera innovador aquello que logra una mejor aceptación y expansión en el mercado.

Por otro lado, la creación de empresas es un fenómeno complejo que puede estar motivado por la autorrealización, la identificación de oportunidades de negocio y la necesidad de sobrevivir en un entorno económico en constante cambio. Estas motivaciones pueden coexistir en diferentes grados y la combinación de factores personales y circunstanciales determinará por qué y cuándo se inician nuevas empresas (Ávila, 2021).

El emprendimiento ha sido tradicionalmente considerado un campo dominado por hombres, pero en las últimas décadas, el número de mujeres emprendedoras ha ido en aumento en todo el mundo. Las mujeres que deciden emprender y dirigir sus propias empresas, a menudo se encuentran motivadas por la necesidad de conciliar su vida profesional y personal o por la búsqueda de autonomía y flexibilidad.

A nivel mundial, las mujeres representan más de la tercera parte de las personas involucradas en la actividad empresarial. Motivo por el cual, se han realizado múltiples investigaciones sobre el emprendimiento femenino. Estudios revelan que muy pronto, América Latina dependerá del número de emprendedoras que logren establecer empresas de éxito (Álvarez et al., 2021). Sin embargo, alcanzar estos objetivos sería un camino muy difícil si no se encuentran enfocadas hacia la innovación (Chocobar, 2023).

En México, la mujer también va ganando más importancia en la generación de nuevas empresas. En este contexto, específicamente las que habitan en comunidades rurales, se han convertido en protagonistas de la llamada nueva realidad post COVID, convirtiendo al emprendimiento en una forma de autoempleo femenino. Por ello, actualmente es uno de los puntos importantes en las políticas de desarrollo rural (Zamora et al., 2022).

Investigaciones acerca del emprendimiento femenino han arrojado que la mayoría de ellos están enfocados al comercio y los servicios, desarrollando micro o pequeñas empresas. Lo anterior debido a que, las empresas las crean por necesidad y no por oportunidad, por lo que generalmente no se encuentran relacionadas con la productividad de la región en que se desarrollan y no presentan un impacto significativo al incremento del PIB del país (Banco Mundial, 2022).

Todo esto está influenciado por los roles de género impuestos por la sociedad, que responsabilizan a las mujeres del cuidado de sus familias (CEPAL, 2020). Esto, a su vez, les dificulta enfocarse plenamente en su desarrollo empresarial o profesional. En consecuencia, para muchas mujeres el emprendimiento puede ser la única alternativa de actividad laboral remunerada (OCDE, 2019).

Por lo expuesto anteriormente y para efectos de la presente investigación, definimos al emprendimiento femenino como: un proceso que surge de la iniciativa para mantenerse presentes en el mercado laboral, mediante un fuerte liderazgo, identificando y solucionando problemas de su entorno a través de la formación de empresas, estableciendo medidas de conciliación familiar y laboral.

3. CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LA MUJER RURAL EMPRENDEDORA

Las mujeres rurales emprendedoras (MRE), son un grupo demográfico clave en la economía rural, y sus emprendimientos son una fuente importante de empleo y desarrollo local (Rojas et al., 2021). A pesar de los desafíos que enfrentan, estas mujeres han encontrado soluciones creativas y han aprovechado las oportunidades para iniciar y hacer crecer negocios innovadores.

En muchos países, las mujeres rurales (MR), son una fuerza laboral clave en la agricultura y la producción de alimentos y representan más del 40% de la fuerza laboral agrícola en todo el mundo. En algunos países esta cifra supera el 50% (FAO, 2023). Sin embargo, a menudo tienen que hacer frente a desafíos adicionales para obtener ingresos y participar en la economía local. Aun así, algunas han logrado desarrollar empresas exitosas en una variedad de sectores, desde la producción de alimentos, el turismo rural y las artesanías (Banco Mundial, 2019), contribuyendo de esta manera al desarrollo económico y social de las comunidades locales.

En México, las MR son un grupo demográfico importante y han desempeñado un papel fundamental en el desarrollo económico y social de estas zonas. A pesar de su significativa contribución, las MR también sufren discriminación de género y la falta de oportunidades para el desarrollo empresarial, lo cual puede limitar su capacidad para participar plenamente en la economía local.

No obstante, las MR en México han demostrado ser emprendedoras exitosas en diversos sectores (SADER, 2020). Para apoyarlas, se han propuesto varias soluciones, entre ellas facilitar el acceso al financiamiento, desarrollar habilidades y ofrecer capacitación empresarial, así como eliminar de las barreras culturales y de género (PNUD, 2020).

Para el desarrollo de habilidades empresariales, se han realizado múltiples investigaciones que buscan integrar las características personales internas que motivan a una persona a emprender, ya que este comportamiento también está determinado por factores externos (Saavedra et al., 2022). El éxito de una mujer emprendedora no depende únicamente de su talento natural o habilidades personales, sino también de la adquisición y desarrollo de capacidades y habilidades empresariales que le permitan identificar oportunidades y llevar a cabo sus ideas con éxito.

Las capacidades y habilidades empresariales son esenciales para cualquier persona que desee tener éxito en el mundo de los negocios (Bağış et al., 2023). Según Timmons y Spellini (2010), la capacidad para identificar oportunidades, la habilidad para movilizar recursos y la capacidad de liderazgo son algunas de las más importantes. Además, la capacidad para tomar decisiones y resolver problemas son habilidades críticas en la gestión de una empresa (Barringer y Ireland, 2016). Es un proceso continuo que comienza con la adquisición de conocimientos teóricos y prácticos y continúa con la experiencia adquirida en la práctica, el aprendizaje empresarial a menudo se lleva a cabo a través de la aceptación del error para crear estas experiencias. Las mujeres emprendedoras pueden adquirir habilidades empresariales a través de programas de capacitación, mentorías, redes de apoyo y la práctica empresarial (Encina y López, 2021).

Las características personales también son importantes para el éxito de una mujer emprendedora. Las mujeres que tienen una actitud positiva, una gran capacidad de trabajo y perseverancia son más propensas a tener éxito en el mundo de los negocios. Así mismo las mujeres que son innovadoras y tienen una visión clara de sus metas (Paredes et al., 2023).

Tanto las habilidades empresariales como las características personales son fundamentales para el éxito de una MRE. Las habilidades empresariales son importantes para transformar las ideas en oportunidades y llevar a cabo la estrategia empresarial de manera efectiva

(Aggarwal y Johal, 2021). Las características personales son importantes para establecer una cultura empresarial sólida, crear un equipo de trabajo motivado y mantener el enfoque en las metas a largo plazo. Además, una actitud positiva, capacidad de trabajo, perseverancia, innovación y visión clara de las metas son características personales esenciales para el éxito empresarial (Ynzunza e Izar, 2021).

Diversas investigaciones han demostrado que, las características personales de una MRE las adquieren tanto del lugar, tiempo y situación personal (Paredes et al., 2019). Estas características están relacionadas con las necesarias para el desarrollo de la innovación, sin la cual no es posible desarrollar una empresa exitosa. La innovación es el resultado de la creatividad, que es una habilidad importante para las MRE, ya que pueden encontrar soluciones innovadoras para superar los desafíos que enfrentan en su entorno.

Así mismo, la determinación es importante para alcanzar sus objetivos, debido a que, a menudo enfrentan desafíos adicionales por su ubicación geográfica y limitaciones de recursos (Cruz et al., 2022). Las características personales que llevan a una mujer a emprender son variadas y dependen en un alto grado de la región a la que pertenece, de su experiencia, conocimientos y del sector en el que incursiona (Henry y Lewis, 2023). Por tal motivo la primera hipótesis que se plantea para cumplir con los propósitos de la presente investigación es:

H1. Existe una asociación significativa entre las características personales de las mujeres de las CRMCT y su capacidad para emprender

Por otro lado, encontramos que la mujer emprendedora asume riesgos, sabe priorizar sus actividades e identifica oportunidades. Para lograr el éxito, es fundamental que se guíe por valores (Orihuela, 2022). Además, debe tener una comunicación efectiva y ser capaz de expresar sus ideas y planes con claridad y persuasión, lo cual la conduce a trabajar en equipo. Por lo tanto, debe ser colaborativa para alcanzar objetivos comunes.

Entre las características personales de las mujeres emprendedoras, debe estar presente la autoconfianza en sus habilidades, el optimismo, pasión por el trabajo (Park et al., 2016), tolerancia al desacuerdo (Wang y Pervaiz, 2004), constancia, sentido de responsabilidad, toma de decisiones y tolerancia al riesgo (Adie y Cárdenas, 2021).

Otras características que también poseen las emprendedoras son: aceptación al cambio, capacidad de observación, dinamismo, conocimiento de sus capacidades y limitaciones, capacidad de análisis y de auto organización (Chaves et al., 2018).

Drucker en 1985, agregó el término innovador a las características personales del emprendedor, con ello, determina que una persona innovadora es aquella que mejora incrementalmente la organización empresarial, la potencializa, la convierte en óptima y operativa, la adapta a los cambios constantes del mercado e incrementa la productividad, mientras que un empresario es solo aquel que inicia un negocio.

Dornelas (2001) amplía las características de las mujeres emprendedoras, afirmando que son optimistas, perseverantes, comprometidas, asumen riesgos, resueltas, dinámicas, independientes, autónomas, tienen autocontrol y crean valor.

Por otro lado, se dice que los factores vinculados al emprendimiento femenino corresponden a la independencia por el trabajo, generación de ingresos, estatus social, superación académica, disolución familiar, carencias y presión del entorno (Chocobar, 2023). Desde la perspectiva de Chaves et al. (2018), la paciencia ayuda a tener una alta tolerancia a la frustración para poder construir un negocio a largo plazo (Comisión Europea, 2020).

En este sentido, es importante considerar que, analizar el emprendimiento desde una perspectiva de género, la complejidad del contexto adquiere relevancia, ya que impacta en

las mujeres empresarias (Henry y Lewis, 2023). Por ello, identificar el conjunto de características de las mujeres de las CRMCT que pueden influir en las trayectorias empresariales y en la toma de decisiones, contribuirá a la comprensión del fenómeno. Por lo anterior, se plantea la segunda hipótesis:

H2. Hay una relación significativa entre un conjunto específico de características personales y la probabilidad de que una mujer de las CRMCT emprenda.

Los motivos generales que se tienen para emprender son dos, uno de ellos es por la identificación de una oportunidad y el otro es por necesidad (Álvarez et al., 2021). Para quienes emprenden por oportunidad, existen tres motivaciones principales: incremento de sus ingresos, independencia económica y manejo del tiempo.

Aunque el emprendimiento puede ser una alternativa que ayude a las familias rurales a salir de la pobreza, ya que las mujeres tienden a destinar sus ingresos a alimentos, vestimenta, educación de sus hijos, y en general, en beneficios para sus familias y comunidades, pueden existir limitaciones en la capacidad para emprender (Chatterjee et al., 2022; Shahriar y Shepherd, 2019). Debido a ello y a que este fenómeno ha sido poco investigado surge nuestra tercera hipótesis:

H3. Las mujeres habitantes de las CRMCT carecen de ciertas características personales clave que se consideran importantes para el emprendimiento, lo que puede limitar su capacidad para emprender.

4. MATERIALES Y MÉTODOS

En esta sección se presenta el diseño de la metodología, que consiste en la adaptación del instrumento de medición propuesto por Pineda et al. (2022), el cual se enfoca en medir el nivel de innovación de la cultura organizacional. El cuestionario está integrado por dos áreas, la primera corresponde a las características del personal y la segunda a las características estructurales de una empresa con cultura organizacional de innovación. Para efectos de esta investigación se tomó como base la primer área, con sus dimensiones, adaptando los ítems, para determinar las características personales de la MR y determinar si se encuentran o no enfocadas hacia el desarrollo emprendedor. El diseño de la muestra, el manejo y procesamiento de datos, se resumen en la figura 1.

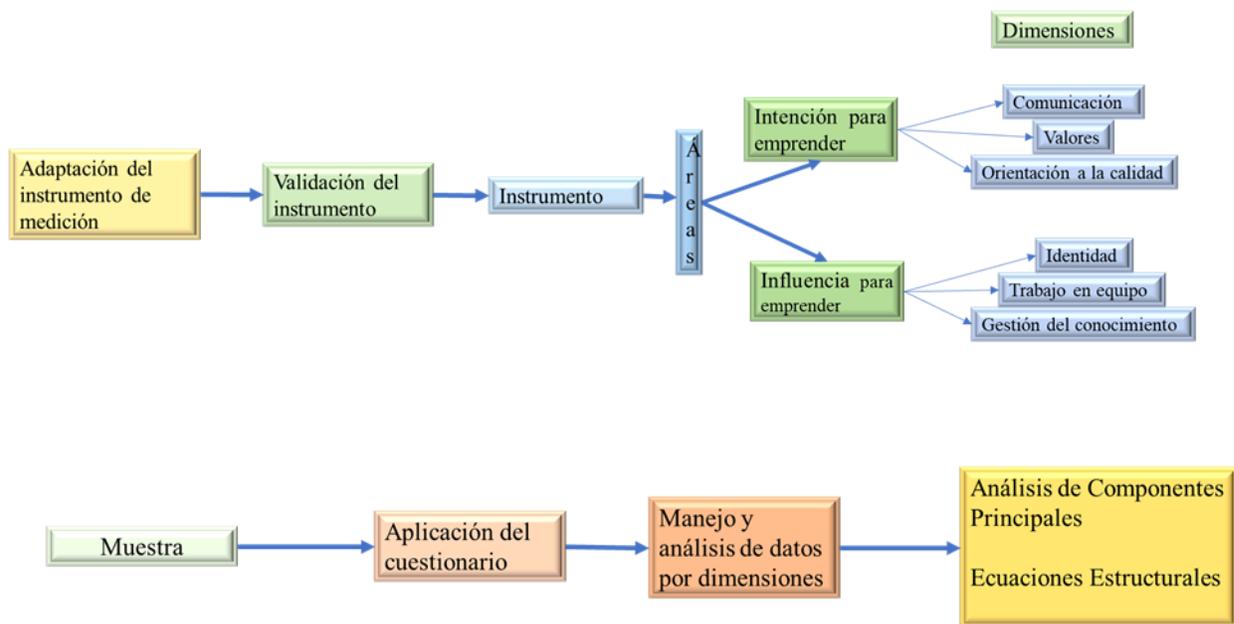


Figura 1. Diseño de la metodología

Nota. Elaboración propia.

Muestra

El diseño del estudio fue transversal, debido a que se realizó de febrero a junio del 2023. La investigación estuvo enfocada en 12 CRMCT, las cuáles se eligieron debido a que presentan un alto índice de pobreza, marginación y desempleo femenino. La población objeto de estudio, está conformada por 8,968 mujeres, y al determinar la muestra con el 95% de confiabilidad y un margen de error del 5%, dio como resultado un total de 369 encuestas. La aplicación de las encuestas fue presencial y anónima, presentando en todo momento principios éticos de investigación. Para el acopio de la información primaria se aplicó un instrumento validado. Explicado a continuación.

Instrumento

Se adaptó y validó un instrumento para determinar las características personales de las MR, el cual se basó en el utilizado en la medición del nivel de orientación de la Cultura Organizacional hacia la Innovación (Pineda et al., 2022). Dicho instrumento se elaboró tras un análisis exhaustivo de la literatura con el objetivo de determinar las características más importantes que deben conformar la personalidad orientada hacia la innovación y, debido a que estas son en gran medida las mismas que las de una persona emprendedora (Pineda et al., 2022), se adaptó y tomó como base para el desarrollo de la presente investigación. El instrumento a utilizar se compone de dos áreas, la primero es la intención de emprender, que incluye las dimensiones de comunicación, valores y orientación a la calidad. La segunda, es la influencia para emprender, cuyas dimensiones son identidad, trabajo en equipo y gestión del conocimiento. La figura 2 muestra las áreas y las afirmaciones que corresponden a cada dimensión.

El instrumento está conformado por 35 afirmaciones en escala Likert 5, que corresponden a 1. Total desacuerdo, 2. Medio desacuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Total acuerdo. Las respuestas de acuerdo y total acuerdo refieren a que la característica que se encuentra presente en la persona entrevistada.

Para verificar la fiabilidad del instrumento, se aplicó una prueba piloto a 30 mujeres rurales, posteriormente se validó mediante el alfa de Cronbach, el valor obtenido fue de 0.93, por lo que se garantiza la fiabilidad de la escala, mismo que sirvió para validar el instrumento a aplicar.

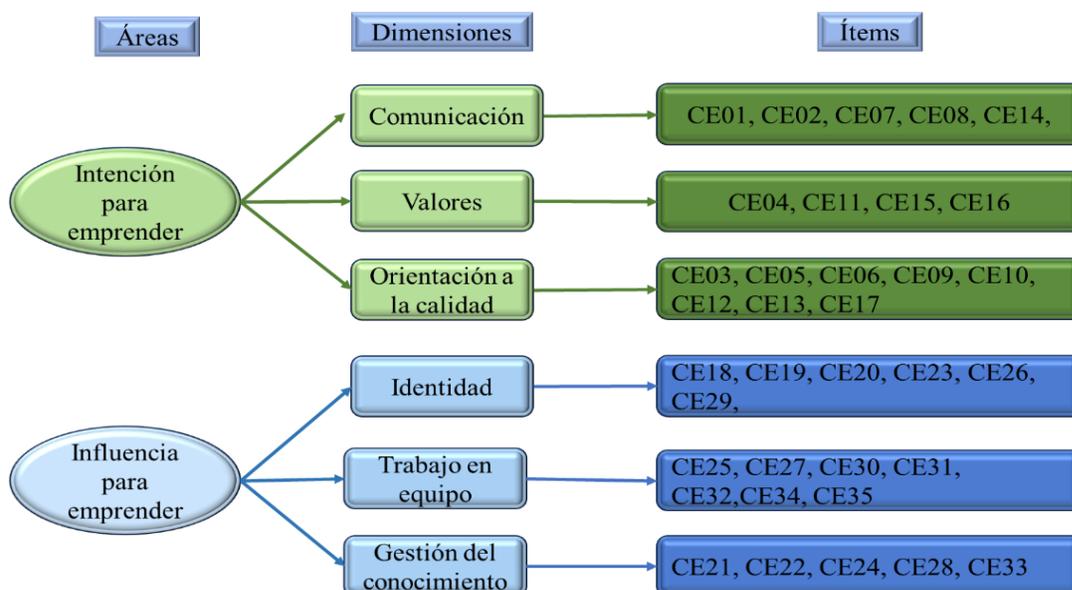


Figura 2. Estructura del instrumento de medición

Nota. Instrumento adaptado y validado del instrumento de medición del nivel de orientación de la Cultura Organizacional hacia la Innovación (Pineda et al., 2022)

Procesamiento de datos

Una vez obtenida la información primaria, se desarrolló el método de análisis de la información para lo cual se construyó una base de datos para la aplicación posterior de diversas técnicas estadísticas, tales como el análisis multivariante, que es una de las ramas de la estadística de mucha utilidad para el desarrollo de estudios de dependencia y de interdependencia entre variables.

Otra de las técnicas propuestas a utilizar es la de Análisis de Componentes Principales (ACP), que es una técnica de reducción de datos cuyo objetivo fundamental es construir combinaciones lineales de las variables originales que expliquen la mayor parte posible de la información obtenida. Por lo anterior, es una técnica muy útil cuando se quiere determinar las variables conductuales más importantes de un emprendedor.

Al aplicar el análisis factorial se buscará descubrir agrupaciones de variables, así como las variables de cada grupo que se encuentren altamente correlacionadas y los grupos relativamente incorrelacionados.

5. RESULTADOS

Para el análisis de resultados se utilizó el programa SPSS, versión 26.0, y se aplicaron diversas técnicas estadísticas. Inicialmente se examinó la matriz de correlaciones enteras por medio de la prueba de esfericidad de Bartlett, los resultados muestran que el modelo factorial es el adecuado para explicar los datos debido a que presentan el Chi cuadrado elevado y una significancia menor a 0.05, los resultados obtenidos de la aplicación de esta prueba a cada una de las dimensiones se muestran en la Tabla 1.

Prueba de KMO y Bartlett		Intención para emprender	Influencia para emprender
Medidas KMO adecuación de muestreo		0.944	0.941
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi cuadrado	1835.533	3368.881
	gl	78	231
	Sig	0	0

Tabla 1. Prueba KMO y Bartlett Nota.

Análisis realizado con SPSS versión 26.0

Posterior a la aplicación del KMO, se realizó el análisis de confiabilidad, por medio del Alfa de Cronbach, obteniendo los resultados que se muestran en la Tabla 2.

	Intención para emprender	Influencia para emprender
--	--------------------------	---------------------------

Alfa de Cronbach	0.938	0.954
Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	0.939	0.955
N de elementos	13	22

Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad

Nota. Análisis realizado con SPSS versión 26.0

Los resultados nos muestran un Alfa de Cronbach elevado, donde la intención para emprender tiene un índice de .938 y la influencia para emprender un índice de .954, lo cual nos determina que el cuestionario aplicado es totalmente confiable y efectivamente nos puede determinar las características personales con las que cuentan las mujeres emprendedoras de las CRMCT.

Los resultados de los estadísticos descriptivos (Tabla 3) nos muestran las medias más altas, de cada uno de los ítems, los cuales tienen escala 5 de Likert. Tomando en cuenta el resultado de 3.90 como mínimo, las características que más prevalecen entre las mujeres habitantes de las CRMCT son: CE04. constancia y responsabilidad, CE05. automejora continua y estabilidad, CE07. motivación, CE08. motivación, para generar un ambiente agradable y buen trato a los clientes, CE09. individualismo, CE22. capacitación continua, CE23. autonomía, CE27. empoderamiento de los trabajadores, CE29. enfoque al cliente, CE30. tolerancia al riesgo, CE31. tolerancia al error, CE34. enfoque al cliente, específicamente cuando el producto o servicio no ha sido totalmente de su agrado y CE35. priorizar sus actividades.

Estadísticos descriptivos								
Ítem	Media	Desviación	Ítem	Media	Desviación	Ítem	Media	Desviación
CE01	3.26	1.638	CE13	3.74	1.435	CE25	3.84	1.416
CE02	3.89	1.513	CE14	3.78	1.449	CE26	3.64	1.406
CE03	3.79	1.509	CE15	3.81	1.416	CE27	3.92	1.387
CE04	3.97	1.425	CE16	3.76	1.518	CE28	3.84	1.373
CE05	3.96	1.459	CE17	3.1	1.51	CE29	3.97	1.387
CE06	3.83	1.517	CE18	3.64	1.462	CE30	3.92	1.418
CE07	3.95	1.514	CE19	3.66	1.482	CE31	3.97	1.458
CE08	4.07	1.439	CE20	3.55	1.515	CE32	3.77	1.438
CE09	3.9	1.396	CE21	3.57	1.499	CE33	3.68	1.473
CE10	3.76	1.439	CE22	3.93	1.452	CE34	3.9	1.419
CE11	3.7	1.475	CE23	3.96	1.479	CE35	4.07	1.361
CE12	3.58	1.437	CE24	3.14	1.637			

Tabla 3 Características más importantes para emprender

Nota. Resultados de estadísticas descriptivas

Considerando en esta primera parte del análisis de resultados, si seleccionamos las medias más altas a partir del 3.90 podemos ver que las características personales con que cuentan las mujeres encuestadas se encuentran las más determinantes para el desarrollo del emprendimiento, sin embargo, solo se tendría el 37.14% de las 35 características personales estudiadas, mismas que son las requeridas en una MRE. Por lo que la hipótesis:

H1: Existe una asociación significativa entre las características personales de las mujeres de las CRMCT y su capacidad para emprender.

No es aceptada, ya que, aunque tienen algunas de las características necesarias para emprender, vemos que carecen del 62.86% de ellas, por lo que los negocios que emprenden tienen muy poco nivel de supervivencia.

Ahora bien, para determinar las características que siempre deben estar presentes en las mujeres de las CRMCT, que las lleve a emprender, se ha aplicado el ACP, obteniéndose cuatro componentes principales, que explican el 64,4% de la varianza total en los datos. El primer componente principal (CP1) está compuesto por once afirmaciones, pero se eliminaron los ítems CE10, CE16, CE25, CE28, CE32 y CE35 debido a que no cuentan con un FI mínimo de 0.70, las restantes afirmaciones están relacionadas con la orientación al cliente, la tolerancia al riesgo y la competitividad. El segundo componente principal (CP2) está compuesto por siete afirmaciones y se refiere a la automejora continua, la motivación por el trabajo, la capacitación y la autonomía en el trabajo, del cual se eliminó el ítem CE05. El tercer componente principal (CP3), está compuesto por ocho afirmaciones que abordan la creación de valor, el liderazgo, el desarrollo del conocimiento y el empoderamiento

del trabajador. De estos, se eliminaron todos los ítems de este componente ya que no obtuvieron el FI mínimo requerido (0.70).

Finalmente, el cuarto componente principal (CP4) está compuesto por nueve afirmaciones relacionadas con la constancia, el trabajo en equipo y el cumplimiento de objetivos, de los cuales se eliminaron los ítems CE02, CE12 y CE15.

Es importante señalar que la eliminación de los ítems de los componentes se debió a que la carga factorial que presentan es baja, ya que son los factores comunes mayores los que explican una parte importante de los ítems a estudiar, mismos que conforman la escala. Los factores menores también explican una parte de la varianza común, pero en pequeña escala, que no llega a ser interpretable en términos sustantivos en el contexto de lo que se desea medir con ese conjunto de ítems (Lloret et al., 2014). Lo anterior, significa que su contribución a la varianza total en los datos es mínima, razón por la cual fueron aceptados aquellos ítems con un valor mínimo de 0.70. Posteriormente se procedió nuevamente a la aplicación del Alpha de Cronbach (Tabla 5) en cada uno de los factores obtenidos de los CP, después de la depuración (Tabla 4).

Ítem	Afirmación	CE	FI	error	
(CP1) Primer componente principal					
CE10	Individualismo	0.453	0.653	0,1.15	Eliminado
CE16	Relación intrafamiliar	0.44	0.679	0,1.19	Eliminado
CE25	Curiosidad	0.608	0.692	0.96	Eliminado
CE28	Enfoque a la mejora continua	0.446	0.697	0.98	Eliminado
CE29	Enfoque al cliente	0.612	0.795	0.59	
CE30	Tolerancia al riesgo	0.713	0.745	0.68	
CE31	Tolerancia al error	0.721	0.766	0.65	
CE32	Tolerancia al riesgo	0.677	0.695	0.91	Eliminado
CE33	Enfoque hacia la competitividad	0.652	0.751	0.82	
CE34	Enfoque al cliente	0.73	0.747	0.65	
CE35	Enfoque al mercado	0.659	0.687	0.81	Eliminado
(CP2) Segundo componente principal					
CE05	Automejora continua/estabilidad	0.719	0.697	0.8	Eliminado
CE06	Entusiasmo/motivación por el trabajo	0.646	0.721	0.89	
CE07	Motivación	0.695	0.778	0.56	
CE08	Motivación	0.791	0.716	0.58	
CE09	Individualismo	0.639	0.766	0.58	
CE22	Capacitación continua	0.675	0.715	0.85	
CE23	Autonomía	0.61	0.766	0.733	
(CP3) Tercer componente principal					
CE01	Comunicación	0.514	0.593	0,1.53	Eliminado
CE17	Creación de valor	0.733	0.45	0,1.41	Eliminado
CE18	Liderazgo	0.62	0.642	0.96	Eliminado
CE19	Autosuperación	0.672	0.582	0,1.06	Eliminado
CE20	Empoderamiento del trabajador	0.702	0.646	0.88	Eliminado
CE21	Desarrollo de conocimiento	0.603	0.688	0.95	Eliminado
CE24	Suficiencia de recursos	0.729	0.378	0,1.93	Eliminado
CE26	Responsabilidad social	0.489	0.690	0,1.07	Eliminado
(CP4) Cuarto componente principal					
CE02	Tolerancia al desacuerdo	0.552	0.652	0,1.19	Eliminado
CE03	Autonomía	0.505	0.714	0,1.00	
CE04	Constancia/responsabilidad	0.539	0.748	0.8	
CE11	Compromiso	0.493	0.729	0.94	
CE12	Trabajo en equipo	0.69	0.608	0,1.17	Eliminado
CE13	Cumplimiento de objetivos	0.545	0.786	0.67	
CE14	Cumplimiento de objetivos	0.523	0.747	0.81	

CE15	Ideas compartidas	0.597	0.663	0,1.06	<i>Eliminado</i>
CE27	Empoderamiento de los trabajadores	0.439	0.776	0.72	
% de	la varianza explicada de cada factor	51.314	3.702		3.144
% de	la varianza acumulado	51.314	61.268		64.412

Tabla 4. Carga estandarizada

Nota. Resultados obtenidos mediante la aplicación de SPSS (26.0).

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Componente	Items	Cronbach Alpha
1	CE29, CE30, CE31, CE33, CE34	0.911
2	CE06, CE07, CE08, CE09, CE22, CE23	0.924
3		NA
4	CE03, CE04, CE11, CE13, CE14, CE27	0.898

Tabla 5. Alfa de Cronbach de la depuración de los componentes principales

Nota. Resultados obtenidos aplicando SPSS (26.0)

Las cargas estandarizadas de los componentes depurados se muestran en la siguiente figura de ecuaciones estructurales, esto para estimar el efecto y las relaciones entre las diferentes variables y representar los índices de relación con cada uno de los componentes, los cuales se muestran altos (Figura 3).

Las técnicas estadísticas aplicadas nos permitieron determinar las características personales que deben estar siempre presentes en las mujeres de las CRMCT para su formación como emprendedoras por lo que la H3 es aceptada. Las características obtenidas son las siguientes:

- a) Del CP1: Del factor de actividades simbólicas, la actitud y aptitud hacia la innovación (CE29, CE30 y CE31), aprendizaje del error (CE33 y CE34).
- b) Con lo que respecta al CP2, las características personales son: autonomía (CE06), respeto (CE07), constancia y responsabilidad (CE08 y CE09), individualismo (CE22) y compromiso (CE23).
- c) Del CP4, las características de autonomía (CE03), las de responsabilidad, (CE04), compromiso (CE11), automejora continua (CE13), autosuperación (CE14) y empoderamiento de los trabajadores (CE27).

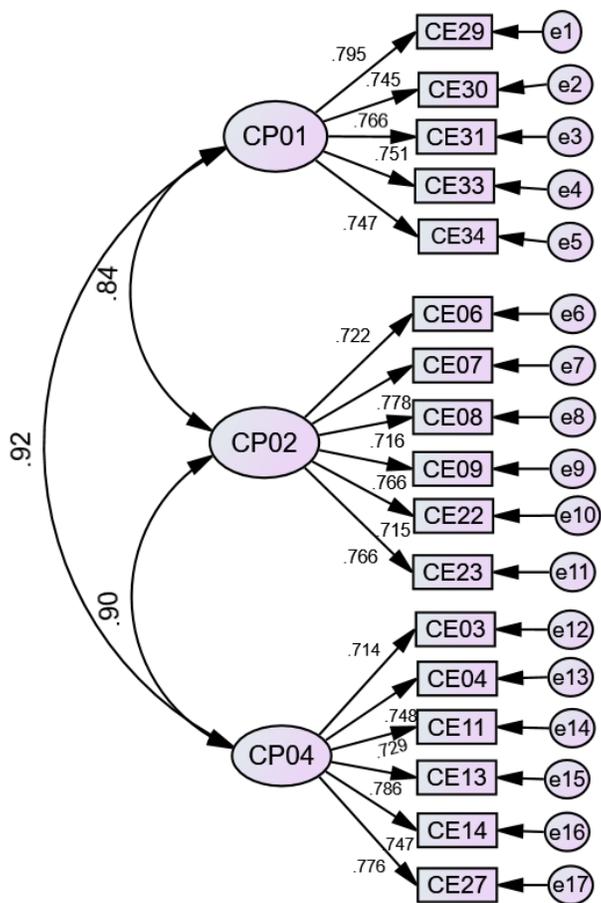


Figura 3 Ecuaciones estructurales
 Nota. Análisis realizado con SPSS versión 26.0

A partir de la información anterior, es posible saber cuáles son las características personales que no se encuentran en nuestra población objeto de estudio y en las que es importante trabajar para tratar de integrarlas a la personalidad de la población objetivo para ayudar a elevar la motivación por emprender. Estas características son: Debate abierto (CE01), tolerancia al desacuerdo (CE02), automejora continua (CE05), autodisciplina (CE10), generación de ideas novedosas (CE12), alto rendimiento (CE15), espíritu de competencia (CE16), satisfacción (CE17), liderazgo (CE18), saber escuchar (CE19), empoderamiento del trabajador (CE20), desarrollo del conocimiento (CE21), curiosidad (CE25), cumplimiento de objetivos y metas (CE24 Y CE26), desarrollo de propuestas e ideas novedosas (CE 028), tolerancia al riesgo (CE32) y enfoque al mercado (CE35).

Debido a que las mujeres de las CRMCT carecen de ciertas características personales clave para el emprendimiento que pueden limitar su capacidad para emprender, la hipótesis H2 es aceptada.

Para integrar estas características a la personalidad de las mujeres rurales de las comunidades estudiadas, se proponen las siguientes estrategias:

1. Fomentar la curiosidad y el desarrollo de la innovación: Promover la participación en talleres, conferencias y capacitaciones relacionadas con emprendimiento e innovación para explorar nuevas ideas y desarrollar habilidades innovadoras.
2. Aprender de los errores: Fomentar una mentalidad de aprendizaje continuo donde se valoren las experiencias y se asuman los errores como oportunidades de mejora. Crear un ambiente de apoyo y colaboración donde las mujeres rurales se sientan cómodas compartiendo sus experiencias y aprendiendo de otras emprendedoras.
3. Disminuir la resistencia al cambio: Ayudar a las mujeres rurales a comprender que el cambio es una parte natural del proceso emprendedor y que es importante estar abiertas a nuevas experiencias,

- oportunidades y desafíos. Fomentar habilidades de adaptabilidad y flexibilidad, y ofrecer apoyo emocional y práctico para superar los obstáculos.
4. Fomentar la compartición de información: Crear una comunidad de mujeres rurales emprendedoras donde se compartan información y recursos, fomentando la colaboración y el apoyo mutuo. Organizar reuniones de trabajo regulares, talleres y eventos de networking para promover la comunicación y el intercambio de experiencias e ideas.
 5. Fomentar la autonomía y la responsabilidad: Impulsar el desarrollo de habilidades de liderazgo y toma de decisiones, alentando a las mujeres rurales a tomar la iniciativa en la planificación y gestión de sus negocios. Generar responsabilidad y rendición de cuentas para motivar y comprometer a las emprendedoras con sus negocios.
 6. Desarrollar el respeto y compromiso: Fomentar un ambiente de respeto y confianza mutua donde las mujeres rurales se sientan valoradas y apoyadas en su emprendimiento. Promover el compromiso y la dedicación mediante la definición clara de objetivos y el seguimiento regular de los progresos.
 7. Fomentar el entusiasmo por el trabajo y la motivación: Crear un ambiente de trabajo positivo y motivador, ofreciendo incentivos y reconocimientos a las emprendedoras que logren sus objetivos, celebrando sus logros y éxitos.
 8. Desarrollar la auto-mejora continua y auto-superación: Adoptar una mentalidad de mejora continua donde las mujeres rurales busquen siempre mejorar y crecer en su emprendimiento. Ofrecer actividades de capacitación, talleres de desarrollo personal y profesional, y fomentar la cultura de la lectura y el aprendizaje autónomo como herramientas para el crecimiento y la superación personal.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este artículo nos propusimos identificar las características personales de las mujeres de las CRMCT, México que las lleva o no a emprender, a través del análisis de sus rasgos distintivos, utilizando una encuesta y modelos de ecuaciones estructurales. El estudio proporciona información valiosa sobre la existencia de asociación entre las características personales de las mujeres de las CRMCT y su capacidad para emprender, así como la relación entre un conjunto específico de características personales y la probabilidad de que emprendan, así como las características personales clave que, al no estar presentes, pueden limitar su capacidad para emprender. Esta investigación contribuye al conocimiento del emprendimiento de MR, ya que diversos estudios revelan factores financieros, socioculturales e institucionales que favorecen o limitan este fenómeno (Ferdousi y Mahmud, 2019; Gupta y Mirchandani, 2018; Mahmud et al., 2014), pero los estudios enfocados a aspectos personales son limitados (Oridi et al., 2022).

Los hallazgos resaltan aspectos clave en este contexto. En primer lugar, de las características presentes en un emprendedor de éxito, las MR sujetas de estudio solo cuentan con el 37.5% de ellas. Por lo que resulta importante trabajar con el 62.85 % de las características restantes, mismas que no se encuentran integradas en la conducta emprendedora de la población objeto de estudio. Esto podría explicar el bajo nivel de subsistencia que impera entre los negocios y/o empresas que se desarrollan. En segundo lugar, se identificaron las características mínimas que deben tener las mujeres de las comunidades rurales para el desarrollo de proyectos emprendedores. Estas son: curiosidad, información compartida, respeto, constancia, responsabilidad, individualismo, compromiso, auto-mejora continua, auto-superación, disminución de la resistencia al cambio (Chaves et al., 2018), desarrollo de la innovación (Paredes et al., 2023; Ynzunza e Izar, 2021), aprendizaje de los errores (Barringer y Ireland, 2016), autonomía, entusiasmo por el trabajo, motivación (Oridi et al., 2022). En tercer lugar, las características personales que no se encuentran en nuestra población objeto de estudio y que limitan su capacidad de emprender incluyen: debate abierto, tolerancia al desacuerdo, respeto por las opiniones, autodisciplina, fomento del éxito, generación de ideas novedosas, alto rendimiento, espíritu de competencia, satisfacción, saber escuchar, cumplimiento de objetivos y metas, y desarrollo de propuestas e ideas innovadoras. Lo anterior, resalta la importancia de implementar estrategias que contribuyan significativamente al empoderamiento de las mujeres de las CRMCT y al éxito de sus emprendimientos, coadyuvando a la superación de las barreras existentes y al desarrollo de negocios sostenibles y productivos. Así como el desarrollo de políticas públicas que apoyen su acceso a recursos y oportunidades, fomenten su participación en el emprendimiento y promuevan un entorno favorable para su desarrollo integral.

Las investigaciones futuras podrían explorar este fenómeno en comunidades rurales de diferentes regiones del país, posiblemente mediante métodos mixtos para obtener una comprensión más profunda de las barreras y facilitadores del emprendimiento femenino. Además, sería beneficioso analizar la eficacia de intervenciones específicas diseñadas para fomentar o potenciar las características personales necesarias para el éxito

emprendedor. Asimismo, esto permitiría desarrollar estrategias que coadyuven a potenciar su capacidad para emprender y lograr un impacto económico y social positivo en sus comunidades.

RECEIVED
REVISED: JULY, 2024

REFERENCIAS

- [1] ADIE, V. J., y CÁRDENAS, O. L. C. (2021). Perfil y características del emprendedor como aspectos determinantes en el progreso de ideas empresariales. **Desarrollo Gerencial**, 13(1), 1–27. <https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4219>
- [2] AGGARWAL, M., y JOHAL, R. (2021). Rural women entrepreneurship: a systematic literature review and beyond. **World Journal of Science, Technology and Sustainable Development**, 18(4), 373-392. <https://doi.org/10.1108/wjstd-04-2021-0039>
- [3] Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, 50(2), 179-211.
- [4] ÁLVAREZ, T., J., BARRETO, M., G. y GRANOBLE, CH., P. (2021). Emprendimiento por necesidad. Un análisis a su competitividad en MIPYMES ecuatorianas. **Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional**, 6(3),1647-1663. <http://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es>
- [5] ÁVILA, A. E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. **Revista Investigación y Negocios**, 14(23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- [6] BAĞIŞ, M., ALTINAY, L., KRYEZIU, L., NURULLAH, M., y KARACA, V. (2023). Determinantes institucionales e individuales de las intenciones empresariales: evidencia de economías en desarrollo y en transición. **Review of Managerial Science**. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00626-z>
- [7] BANCO MUNDIAL (2019). **Mujeres rurales: agentes del cambio en la economía rural**. Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/31944>
- [8] BANCO MUNDIAL (2022). Aproximadamente 2400 millones de mujeres en el mundo no tienen los mismos derechos económicos que los hombres. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2022/03/01/nearly-2-4-billion-women-globally-don-t-have-same-economic-rights-as-men>
- [9] BARRINGER, B. R. y IRELAND, R. D. (2016). **Entrepreneurship: Successfully launching new ventures**. Pearson.
- [10] CHATTERJEE, I., SHEPHERD, D. A., Y WINCENT, J. (2022). Women's entrepreneurship and well-being at the base of the pyramid. **Journal of Business Venturing**, 37(4), 106222. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106222>
- [11] CHATTERJEE, S., GUPTA, S. D., y UPADHYAY, P. (2020). Technology adoption and entrepreneurial orientation for rural women: Evidence from India. **Technological Forecasting and Social Change**, 160, 120236. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120236>
- [12] CHAVES, M. M., FEDRIANI, E. M. Y ORDAZ, S. J. (2018). Factores relevantes para optimizar los servicios públicos de apoyo a los emprendedores y la tasa de supervivencia de las empresas. **Innovar**, 28(69), 9–24. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71693>
- [13] CHOCOBAR, R. E. (2023). Emprendedores y sus habilidades. **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, 7(2), 11288-11302. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.6213
- [14] COMISIÓN ECONÓMICA para AMÉRICA LATINA y EL CARIBE (CEPAL) (2020). **Panorama Social de América Latina**, (LC/PUB.2021/2-P/Rev.1), Santiago, 2021.
- [15] COMISIÓN EUROPEA (2020). **Mujeres en zonas rurales: luchar contra la despoblación y promover la igualdad de género**. https://ec.europa.eu/info/publications/mujeres-en-zonas-rurales-luchar-contr-la-despoblacion-y-promover-la-igualdad-de-genero_es
- [16] CONSEJO NACIONAL de EVALUACIÓN de la POLÍTICA de DESARROLLO SOCIAL (CONEVAL) (2023), **Resultado de las evaluaciones 2023**. <https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Comunicadosprensa/Paginas/Comunicados-2023.aspx>
- [17] CRUZ, A. D., HAMILTON, E., CAMPOPIANO, G., y JACK, S. L. (2022). Women's entrepreneurial stewardship: The contribution of women to family business continuity in rural areas of Honduras. **Journal of Family Business Strategy**, 100505. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2022.100505>
- [18] DORNELAS, J. C. (2001). Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciarem organizações estabelecidas. **Rio de Janeiro: Elsevier**.
- [19] DRUCKER, P. (1985). **Innovation & Entrepreneurship: Practice and Principles**. Boston: Butterworth Heinemann.

- [20] ENCINA, A.L.M. y LÓPEZ, M.G. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multicaso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, 5 (2), 1642-1659. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.374.p.1642
- [21] FERDOUSI, F., & MAHMUD, P. (2019). Role of social business in women entrepreneurship development in Bangladesh: Perspectives from Nobin Udyokta projects of Grameen Telecom Trust. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 9(1), 1–21. https://www.researchgate.net/publication/335752075_Role_of_social_business_in_women_entrepreneurship_development_in_Bangladesh_perspectives_from_Nobin_Udyokta_projects_of_Grameen_Telecom_Trust
- [22] FIDEICOMISO PARA EL DESARROLLO REGIONAL DEL SUR SURESTE (FIDESUR). (2023). <https://sursureste.org.mx/>
- [23] GUPTA, N., & MIRCHANDANI, A. (2018). Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. **Management Decision**, 56(1), 219–232. <https://doi.org/10.1108/MD-0>
- [24] HENRY, C., y LEWIS, K. V. (2023). The art of dramatic construction: Enhancing the context dimension in women's entrepreneurship research. **Journal of Business Research**, 155, 113440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113440>
- [25] LLORET-SEGURA, SUSANA, FERRERES-TRAVER, ADORACIÓN, HERNÁNDEZ-BAEZA, ANA, & TOMÁS-MARCO, INÉS. (2014). El Análisis Factorial Exploratorio de los Ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. **Anales de Psicología**, 30(3), 1151-1169. <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- [26] MADAWALA, K., FOROUDI, P., y PALAZZO, M. (2023). Exploring the role played by entrepreneurial self-efficacy among women entrepreneurs in tourism sector. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 74, 103395. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103395>
- [27] MAHMUD, K. T., PARVEZ, A., HILTON, D., KABIR, G. M. S., & WAHID, I. S. (2014). The role of training in reducing poverty: The case of agricultural workers receiving microcredit in Bangladesh. **International Journal of Training and Development**, 18(4), 282–290. <https://doi.org/10.1111/ijtd.12039>
- [28] OFICINA REGIONAL DE LA FAO para AMÉRICA LATINA y EL CARIBE. (2023). **Nuevo informe FAO:** La igualdad de las mujeres en los sistemas agroalimentarios podría acabar con la inseguridad alimentaria de 45 millones de personas. <https://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/1636912/>
- [29] OGUNDANA, O. M., SIMBA, A., DANA, L. P., Y LIGUORI, E. (2021). Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model. **Journal of Small Business Management**, 59(sup1), S42-S72. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1938098>
- [30] ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE) (2019). The pursuit of gender equality: An uphill battle. **OECD Publishing**
- [31] ORIDI, F. I., UDDIN, M. S., FAISAL-E-ALAM, M., & HUSAIN, T. (2022). Prevailing factors of rural women entrepreneurship in Bangladesh: evidence from handicraft business. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 12(1), 305-318. <https://doi.org/10.1007/s40497-022-00327-z>
- [32] ORIHUELA, R. N. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. **Innova Research Journal**, 7(1), 109-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>
- [33] PAREDES, H. S. P., CASTILLO, L. M., y SAAVEDRA, G. M. L. (2023). Diferencias y similitudes de características y capacidades personales determinantes del emprendimiento de negocios de mujeres en contextos geográficos contrastantes. **Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes**, 31(89), e4193
- [34] PAREDES, H. S., CASTILLO, L. M. Y SAAVEDRA, G. M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. **Suma de Negocios**, 10 (23), 158-167. DOI: 10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8
- [35] PARK, J., LEE, K. y KIM, P. (2016). Participative management and perceived organizational performance: The moderating effects of innovative organizational culture. **Public Performance and Management Review**, 39(2), 316-336. <https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1108773>
- [36] PINEDA, C. L., ANDRÉS, R. M. P., Y GONZÁLEZ P. M. (2022). Measuring the Innovation Orientation of Organizational Culture: An Application to the Service Provider Companies of the State-Owned Oil Company PEMEX in the Southeast of Mexico. **Sustainability**. 14(4), 2035. <https://doi.org/10.3390/su14042035>
- [37] Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2020). **Apoyo al emprendimiento de mujeres rurales en México**. Recuperado de <https://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/library/genderEquality/apoyo-al-emprendimiento-de-mujeres-rurales-en-mexico.html>

- [38] ROJAS, R. M., TAPIA, S. J., HERRERA, H. B., y CÁRDENAS, L. B. (2021). Emprendimiento y empoderamiento de la mujer rural de la parroquia de Santa Ana del cantón Cuenca; una mirada desde Trabajo Social. **Dominio De Las Ciencias**, 7(3), 855–883. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i3.1971>
- [39] SAAVEDRA, G.M., BRISEÑO, A.N. y VELÁZQUEZ, R. K. (2022). Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica. **RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática**, 11(32), DOI: <https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391>
- [40] SARASVATHY, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, 26(2), 243-263 <https://doi.org/10.2307/259121>
- [41] SCHUMPETER, J. A. (1939). **Ciclos económicos: un análisis teórico, histórico y estadístico del proceso capitalista**. Nueva York: McGraw-Hill.
- [42] SECRETARÍA de AGRICULTURA y DESARROLLO RURAL (SADER). (2020). **Empoderamiento económico de las mujeres rurales**. Recuperado de <http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/8/60Empoderamiento%20econo%CC%81mico%20de%20mujeres%20rurales.pdf>
- [43] SHAHRIAR, A. Z. M., Y SHEPHERD, D. A. (2019). Violence against women and new venture initiation with microcredit: Self-efficacy, fear of failure, and disaster experiences. **Journal of Business Venturing**, 34(6), 105945. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.06.006>
- [44] SHAO, K., MA, R., y KAMBER, J. (2023). An in-depth analysis of the entrepreneurship of rural Chinese mothers and the digital inclusive finance. **Telecommunications Policy**, 102593. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2023.102593>
- [45] TIMMONS, J. A. y SPINELLI, S. (2010). **New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century**. 1ra edición. McGraw-Hill. Estados Unidos
- [46] VERNAZA, A. G., MEDINA S. E., Y CHAMORRO Q. J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales* 26(3). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519006>
- [47] WANG, L. C. Y PERVAIZ, K. A. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. **European Journal of Innovation Management**, 7 (4), 303-313. <https://doi.org/10.1108/14601060410565056>
- [48] YNZUNZA, C.C. Y IZAR, L. J. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro y su impacto en el desempeño empresarial, México. **Contaduría y administración**, 66(1), 00004. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>
- [49] ZAMORA, T., A. I., DÍAZ B., Y., Y JIMÉNEZ, B., M. C. (2022). Emprendedoras en México en tiempos de pandemia. **Región y Sociedad**, 34, e1534. <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1534>

ANEXO 1

CUESTIONARIO DE EMPRENDIMIENTO RURAL

El presente cuestionario está enfocado en conocer la situación económica actual de las mujeres que viven en comunidad rural, las oportunidades de crecimiento, las causas de emigración hacia la urbanización y las oportunidades de desarrollo emprendedor en la comunidad.

Datos generales: Edad: _____ Comunidad: _____ Estudios: _____

Es jefe de familia? Si _____ No _____ 50% _____ otro _____

Estado civil: Casada _____ Divorciada _____ Soltera _____ Viuda _____ Otro: _____

Por favor, conteste las siguientes preguntas:

1.- ¿Cuál es tu situación actual?

- Estudio Estudio y trabajo Ama de casa Trabajo Desempleada Busco empleo

2.- De las siguientes opciones ¿Cuáles fueron las situaciones que se te presentaron durante la pandemia COVID-19?

- | | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Perdí mi empleo | <input type="checkbox"/> | Veo oportunidades de negocio |
| <input type="checkbox"/> | Cerré mi negocio | <input type="checkbox"/> | Deseos de emprender |
| <input type="checkbox"/> | Inicié un negocio | <input type="checkbox"/> | Problemas familiares |
| <input type="checkbox"/> | Encontré empleo | <input type="checkbox"/> | Problema de salud familiar |

3.- Entre las siguientes opciones, escoge las tres que consideras más relevante para tu desarrollo personal:

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Un trabajo seguro y bien remunerado | <input type="checkbox"/> | Tener una buena formación profesional |
| <input type="checkbox"/> | Tener buenas relaciones familiares | <input type="checkbox"/> | Tener un oficio |
| <input type="checkbox"/> | Tener una vida social muy activa | <input type="checkbox"/> | Ayudar a la sociedad |
| <input type="checkbox"/> | Tener muchos amigos | <input type="checkbox"/> | Ayudar en la mejora del medio ambiente |

4.- Si pudieras elegir ¿Qué tipo de empleo preferirías?

- Trabajar en una empresa Tener mi empresa No lo sé

5.- Califica cada una de las siguientes afirmaciones según corresponda a tu opinión.

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Parcialmente de acuerdo	En desacuerdo	Prefiero no contestar
En la ciudad hay más oportunidades y apoyos para emprender					
En las comunidades no existe apoyo al emprendimiento.					

8.- ¿Cuáles son los motivos que te llevarían a emprender?

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Independencia económica | <input type="checkbox"/> | Tener mi propia empresa |
| <input type="checkbox"/> | Autorrealización | <input type="checkbox"/> | No tener jefe |
| <input type="checkbox"/> | Hacer lo que me gusta | <input type="checkbox"/> | Impulsar la economía de mi comunidad |
| <input type="checkbox"/> | No tener empleo | <input type="checkbox"/> | Permanecer en mi comunidad |

9.- Entre las siguientes opciones, selecciona la que más se adapta a ti para elegir no emprender

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | No tener la idea u oportunidad adecuada | <input type="checkbox"/> | Falta de apoyo familiar |
| <input type="checkbox"/> | Miedo al fracaso y la opinión de la gente | <input type="checkbox"/> | La situación económica y social actual no es adecuada |
| <input type="checkbox"/> | No tener los conocimientos necesarios | <input type="checkbox"/> | No tener dinero necesario para emprender |
| <input type="checkbox"/> | Miedo a la incertidumbre y consecuencias legales | <input type="checkbox"/> | Falta de apoyo del gobierno hacia el emprendedor |

10.- Principales barreras para emprender un negocio (Calificar del 1 al 5, siendo 1 ninguna barrera y la 5 una barrera muy grave)

Factor	1	2	3	4	5
Trámites y documentación					
Competencia					
Falta de recursos económicos					
Falta de información					
Población con bajos ingresos					

Exceso de responsabilidad entre hijos y hogar					
Falta de servicios como guarderías, actividades extraescolares para niños					
Limitaciones de la pareja					
La sociedad no ve con buenos ojos a una mujer emprendedora					

12.- ¿Consideras que, en el éxito del emprendimiento, la capacitación especializada y el acompañamiento técnico tienen un papel importante?

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Parcialmente de acuerdo	En desacuerdo	Prefiero no contestar
Sí, ya que ayuda a enfocar y aterrizar las ideas.					
Sí, porque ayuda a desarrollar la actitud emprendedora.					
Sí, porque ayuda a entender el papel de los emprendedores en la sociedad.					
Sí, porque se adquieren conocimientos en trámites y apoyos gubernamentales etc.,					
Para emprender no es necesario tener una capacitación especializada					

13.- Enumera en orden de importancia las siguientes afirmaciones, según consideres de lo más a lo menos importante para fomentar el emprendimiento rural (1 lo más importante...7 lo menos importante).

Facilitar el acceso al crédito y financiamiento bancario		Incrementar la flexibilidad en trámites legales y gestiones empresariales.	
Incrementar la promoción de las subvenciones públicas para emprendedores rurales		Incentivos fiscales al emprendedor rural	
Promocionar formas alternativas de financiación		Incentivar el consumo local	
Incrementar el apoyo de capacitación y acompañamiento técnico		Contar con un apoyo permanente para aclarar dudas con respecto a mi empresa	

14.- Califica las siguientes afirmaciones, siendo 1 la que menos corresponde a tu opinión y la 5 como la que más se adapta a tu opinión.

Pregunta	1	2	3	4	5
Mis opiniones son tomadas en cuenta.					
Soy capaz de entablar una comunicación abierta y honesta.					
Tengo en mente el desarrollo de nuevos proyectos.					
Siempre cumplo en tiempo y forma con mis actividades laborales.					
Proporcionar al cliente calidad en los productos es mi responsabilidad					
Estoy satisfecha con lo que hago.					
Me siento motivada a emprender un negocio					
Generar un ambiente agradable y buen trato a mis clientes es importante para mantenerlos cautivos.					
El logro de los objetivos personales es la mayor motivación de las personas.					
Al tener la opción de trabajar de forma individual, permite que integre nuevos productos o servicios en mi empresa					
Me siento comprometida con el crecimiento y desarrollo de una empresa.					
Las actividades de la empresa se realizan mediante equipos de trabajo.					
En esta empresa lo más importante es el logro de objetivos y resultados.					
Veo a esta empresa como innovadora, con la voluntad de afrontar nuevos retos y riesgos					
Mis propuestas de crecimiento son valoradas por la familia.					
En la familia existe un ambiente adecuado para el desarrollo de la empresa (negocio)					

La productividad ha mejorado en comparación de los 2 años anteriores.					
Considero tener el liderazgo adecuado para mantener la empresa.					
Me siento muy identificada con mi empresa					
Estoy facultada para realizar cambios y acciones en la empresa.					
Tengo el conocimiento necesario para sustentar y dar valor a mis ideas y propuestas.					
Estoy interesada en seguir aprendiendo sobre emprendimiento para mejorar nuestras capacidades y habilidades.					
Tengo claros mis objetivos, sé lo que quiero lograr					
Tenemos los recursos necesarios, tanto financieros como humanos para desarrollar nuestra empresa.					
Estamos dispuestos a tratar de hacer las cosas de manera diferente y buscar soluciones novedosas.					
Desarrollamos actividades para proteger el medio ambiente.					
Tengo la libertad de organizar mis trabajos de la manera más conveniente.					
Planeo con anticipación de forma detallada y precisa mis actividades semanales					
Pongo especial atención en la presentación que doy a mis clientes, tanto del local como de mi persona					
Estoy dispuesta a tomar riesgos para aprovechar y explorar oportunidades de crecimiento.					
Estamos conscientes que los errores pueden ocurrir y se puede aprender de ellos.					
El no saber que pasará en el futuro, lo tomo como una oportunidad y no como un riesgo.					
Tengo la capacidad de modificar la forma de hacer mis productos rápidamente para mantenernos competitivos en el mercado.					
Puedo darme cuenta cuando los clientes están totalmente satisfechos con nuestros productos y/o servicios y cuando no lo están, nos ajustarnos rápidamente en sus necesidades.					
Tengo la capacidad de priorizar mis actividades					