
Análisis de la iniciativa de creación de empresas por mujeres en el ámbito rural.

Estudio empírico sobre una muestra de empresarias andaluzas.

María Jesús HERNÁNDEZ ORTIZ
Elia GARCÍA MARTÍ
Rocío MARTÍNEZ JIMÉNEZ

1. Introducción

La creación de empresas ocupa en la actualidad un lugar relevante en las políticas de gobiernos autonómicos, nacionales e instituciones supraestatales. En fechas recientes, se ha suscitado en España un especial interés por la creación de empresas, que sin duda constituye la savia de la economía de mercado y el motor esencial en la lucha contra el desempleo.

Dos hechos, a nuestro juicio, son los que pueden estar detrás principalmente de este inusitado interés: la falta de solución al problema del desempleo y la constatación de la importancia que para el crecimiento económico y el desarrollo de un país tienen las capacidades empresariales de los individuos. “Hoy día las capacidades empresariales y su calidad se presentan como determinantes del ritmo de desarrollo de un país. Diferentes ritmos de crecimiento entre países o entre períodos de un país vienen determinados por la oferta y la calidad de las capacidades empresariales, en suma, de sus empresarios” (Cuervo, 1997, p. 46).

Es evidente que el desempleo se ha convertido durante los últimos años en uno de los problemas económicos de tipo estructural de las sociedades occidentales más difíciles de resolver. Esta situación se agrava en las áreas rurales, las cuales se ven sometidas a un proceso de “desruralización” que se puede entender en dos sentidos: la pérdida de importancia cuantitativa respecto al ámbito urbano y los cambios contenidos en la propia definición de lo rural. Estas áreas se caracterizan por una reducción de las actividades agrícolas, con un fuerte des-

censo de las oportunidades de trabajo y de los ingresos agrarios a pesar de los apoyos públicos a la agricultura.

Así, tras el agotamiento de las políticas tradicionales de empleo (políticas pasivas), los diferentes agentes políticos y económicos de la sociedad están planteando nuevas alternativas que permitan paliar en parte dichos problemas. Este hecho queda claramente patente en los diferentes trabajos elaborados y publicados por la Comisión de las Comunidades Europeas (1993, 1994), por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (1989 y 1992) y por el Consejo Económico y Social (1996), entre otros, trabajos en los que se insiste en la necesidad de buscar nuevas fórmulas de empleo basadas en las políticas activas, en las que se potencia el desarrollo local y la Economía Social.

Aunque tampoco se puede descartar que ese interés no sea más que fruto de la constatación en la realidad del fenómeno de la creación de empresas ante un entorno con altas tasas de desempleo, donde la necesidad viene a actuar como elemento impulsor de la creatividad y de la asunción de riesgos. Como apunta Loutfi (1991, p. 166) “parece haber cierta relación entre el grado de desempleo y la tasa de crecimiento del trabajo por cuenta propia, lo cual da a entender que se recurre a este último cuando las oportunidades de empleo asalariado estable son limitadas”. En este marco cobra un especial interés toda iniciativa tendente a la generación de empleo, que debe tener como uno de los pilares fundamentales el estímulo a la creación de nuevas empresas.

Por este motivo, el conocimiento de las características de la función empresarial, el empresario y la creación

de empresas, así como los determinantes ambientales que actúan como impulsores, se convierten en el centro de atención de numerosas investigaciones, que conforman un campo de estudio relativamente joven, pero que, no obstante, tiene su origen en el siglo XVIII y XIX en los escritos de algunos de los economistas clásicos.

Este amplio campo de estudio contiene un gran número de teorías que reflejan enfoques muy distintos¹ que facilitan los progresos teóricos y empíricos en este campo. Dentro de este programa de investigación, el conocimiento de las características personales y los determinantes ambientales que actúan como impulsores de ese proceso se convierten en una línea de investigación que trata de profundizar, en los últimos años, en el conocimiento de tales actitudes hacia la creación de empresas o, más concretamente, en la figura del “empresario” que, siguiendo a Genesca y Veciana (1984, p. 147), podemos definir como “la persona que emprende un negocio” o “la que ha creado una empresa en marcha de la nada”. Las investigaciones empíricas se centran en determinar cuáles son los rasgos psicológicos o atributos que diferencian a los empresarios de los no empresarios o a los empresarios de éxito frente a los de menos éxito (Smith, 1967; Gartner et al. 1989; Lafuente y Salas, 1989; Birley y Westhead, 1994). El objetivo último de este enfoque es poder identificar a las personas con perfil de empresario o a los empresarios de éxito al objeto de poder establecer acciones para fomentar la creación de empresas y el empleo.

No obstante, consideramos necesario que en esta línea de investigación se introduzcan nuevas matizaciones en el perfil del empresario que hasta ahora han sido menos estudiadas, como son las diferencias que el género del mismo pueda ocasionar. Se trata de analizar otros factores sociales o personales, que expliquen la posible motivación diferencial de las mujeres hacia la creación de empresas frente a otros grupos de población.

Este nuevo marco de estudio viene justificado por la evolución de las estructuras sociales y por el avance progresivo de la participación de la mujer en los diversos ámbitos de la vida social. Asimismo, se constata que en todas las sociedades, los papeles que desempeñan mujeres y hombres son diferentes, por lo que se puede afirmar que su participación en el ámbito económico y político es desigual y que la apropiación de los beneficios deriva-

dos del desarrollo socioeconómico no es equitativa. En las últimas décadas, los organismos internacionales llamaron la atención sobre estos hechos y la necesidad de tenerlos en cuenta en la formulación de políticas y planes. En el caso concreto del medio rural, el papel que desempeñan las mujeres en el logro de un desarrollo sostenible es esencial, dado que tienen una función clave en la sociedad rural como educadoras, consumidoras, protagonistas de una asistencia sanitaria básica y administradoras de recursos (Cuadernos de mujeres de Europa, 1998). La necesidad de una participación más activa de las mujeres rurales, es de vital importancia para lograr dar respuestas a los principales intereses y demandas de este grupo, y poder alcanzar así un medio rural participativo, equitativo y sostenible.

Por otro lado, aunque en términos generales, hombres y mujeres empresarios pueden parecer muy similares, varias investigaciones concluyen en la existencia de diferencias entre empresarios basadas en el sexo. En particular, se viene a afirmar que los varones son más propensos que las mujeres a crear empresas, buscándose la justificación de este hecho en diferencias en cuanto a la valoración del trabajo (Brenner; Pringle y Greenhaus, 1991) y en características psicológicas (Sexton y Bowman-Upton, 1990).

Teniendo en cuenta todas estas cuestiones, este trabajo tiene como objetivo fundamental profundizar en esta línea de investigación, analizando cuatro cuestiones relacionadas: 1) ¿Cuáles son las motivaciones de las mujeres para crear empresas en el ámbito rural? 2) ¿Cómo está condicionada su decisión por el marco institucional? 3). ¿Cómo contribuye esta iniciativa al desarrollo de su entorno? 4). ¿Tiene algunas características distintivas el desarrollo de la idea o la manera de dirigir la organización como consecuencia de la diferencia de género?. Nuestro objetivo último es obtener un conjunto de factores de éxito relativos a la iniciativa empresarial y que, en el caso de las mujeres, pueda ser útil para el diseño de nuevas empresas, para la motivación de otras empresarias y para el avance en las políticas de fomento de creación de empresas a iniciativa de la mujer.

Con el fin de dar respuesta a estas cuestiones el trabajo se estructura de la siguiente forma. En primer lugar describimos el cambio que se vive en las zonas rurales y el fomento de la participación de la mujer en el desa-

1. Veciana (1999) analiza la evolución y el estado actual del programa de investigación científica conocido como “creación de empresas”.

rollo por parte de los organismos públicos responsables. En segundo lugar presentamos la situación de la mujer en el mercado laboral, las peculiaridades del trabajo femenino en el mundo rural, así como las de la mujer empresaria andaluza. A continuación, siguiendo las indicaciones de los estudios previos realizados sobre el problema que nos ocupa, y basándonos en los discursos obtenidos en las entrevistas efectuadas a un grupo de empresarias andaluzas, procedemos al análisis de las motivaciones, experiencias, apoyos y obstáculos que las entrevistadas encuentran a la hora de crear su propia empresa. Seguidamente, procedemos al análisis de la función directiva y la configuración organizativa que utilizan para la puesta en marcha de su negocio. Para finalizar, discutimos los resultados y exponemos las principales conclusiones y limitaciones de la investigación.

2. El desarrollo rural y las iniciativas institucionales de apoyo a la actividad laboral femenina

El declive del medio rural, caracterizado por la crisis de la actividad primaria tradicional en estas zonas y por el éxodo masivo de habitantes hacia las ciudades, los problemas a los que se enfrenta la agricultura en España tras la reforma de la PAC y la agenda 2000, los cambios en los patrones del comercio mundial, etc., han configurado un entorno en estas áreas que lleva necesariamente a abandonar lo agrícola como actividad única y fundamental y a buscar nuevas formas de desarrollo y de generación de riqueza, es decir, a buscar la diversificación productiva.

Por otra parte, los cambios producidos desde hace dos décadas en la economía han supuesto una crisis del empleo y del Estado del Bienestar que ha provocado un proceso de ajuste de las estructuras económicas y sociales con diferentes repercusiones sobre las áreas locales y que afecta en mayor medida a las zonas rurales. Se ha producido un cambio en el modelo de crecimiento que ha dado paso a la terciarización de la acti-

vidad productiva, todo ello acompañado de la incorporación masiva de la mujer al mercado de trabajo, la desarticulación del trabajo en masa, la búsqueda de los trabajos artesanales y ecológicos, y la aparición de nuevas necesidades sociales que implican nuevas formas de producción y distribución de servicios sociales.

Ante esta situación, creemos conveniente comenzar delimitando conceptualmente el marco de referencia del presente estudio, es decir, concretar la definición de ruralidad y de zona rural. Son varios los autores (Jansman et al, 1981) que han tratado de concretar esta definición pero no parece haber un consenso entre todos ellos. Lo que sí parece claro es que no debemos confundir lo rural con lo agrario, aunque ambos conceptos estén muy interrelacionados. Esta idea queda patente en las definiciones dadas por la OCDE (1986) y por la CEE (1988) según las cuales “el medio rural es el conjunto de regiones o zonas con actividades diversas (agricultura, artesanía, industrias pequeñas y medianas, comercio, servicios, etc.) y en las que se asientan pueblos, pequeñas ciudades y centros regionales, espacios naturales y cultivados” (Pulido, 1999, p. 119).

La Carta Europea de las Zonas Rurales define también a las áreas rurales como “una parte de territorio interior o zona costera rural, incluidos pequeños núcleos urbanos o pueblos, dedicados principalmente a: agricultura, silvicultura, acuicultura y pesca; actividades económicas y culturales de la población rural (actividades industriales, empresariales, de servicios, etc.); esparcimiento no urbano y zonas de actividades recreativas (o parques naturales)”.

Por tanto, lo que queda claro es que el medio rural es un espacio donde no sólo se realizan actividades relacionadas con la producción de alimentos y la agricultura, sino que también es un lugar donde se desarrollan actividades industriales y artesanales y donde se prestan servicios relacionados con el ocio y con la necesaria protección medioambiental, contribuyendo de esta forma al equilibrio ecológico.

En este medio rural, se está produciendo un proceso de abandono o de transformación de las actividades agrícolas² que se ha visto agravado por la aparición de nuevas tecnologías y de una mayor investigación agraria,

2. En el caso español, en el periodo comprendido entre 1987 y 1995, se ha reducido casi en medio millón el número de explotaciones, a una tasa media anual acumulativa del 4%, acompañado de un descenso del empleo en la agricultura. Para un análisis en profundidad sobre la estructura de las explotaciones agrarias en España puede verse: Hechos y cifras del sector agroalimentario 1998, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid: Secretaría General Técnica, 1998, pp. 22-31.

propiciando un cambio en la transformación e industrialización de los bienes agrícolas y en el control genético de las producciones con el consiguiente aumento de la productividad (Bel, 1997, pp. 390-392), todo ello acompañado de un impresionante auge de otras actividades no agrícolas como el turismo rural, el ocio, los servicios asistenciales o la protección ambiental entre otros.

Este proceso de desarrollo rural³ o local tiene en cuenta los factores económicos, sociales y ambientales del territorio (Vázquez, 1999, p. 46) e integra acciones como la creación y/o desarrollo de empresas, la generación de empleo para los jóvenes y/o grupos de marginados con una orientación social; y otras que tratan de mantener el patrimonio histórico y cultural así como proteger el medio ambiente (Vázquez, 1993, p. 35). Es decir, la mayoría de las actividades de desarrollo rural se han basado en utilizar los recursos endógenos de la zona que, en muchos casos, estaban ociosos, canalizándolos para lograr un auge económico y un crecimiento en el empleo.

Todos estos procesos de diversificación han sido apoyados por un gran número de instituciones públicas y privadas al servicio del desarrollo rural, como pueden ser las Agencias de Desarrollo Local, las Asociaciones Comarcales, las actuaciones de los propios Ayuntamientos, etc. y por el creciente volumen de inversión dedicado por programas específicos para el desarrollo rural como pueden ser los programas europeos LEADER y los españoles como PRODER. En las localidades donde se lleva a cabo nuestra investigación (provincia de Jaén) ambos programas se han aplicado con bastante éxito en zonas como la Sierra de Segura, Sierra Mágina, El Condado, La Loma y las Villas, Sierra Sur, la zona del Alto Guadalquivir y la zona de la Campiña- Comarca Norte.

En este sentido, también existen programas específicos que tratan de fomentar la formación, el empleo y las iniciativas emprendedoras de las mujeres. Nos referimos a los proyectos comunitarios NOW que se han aplicado en todo el ámbito estatal y que han favorecido en gran medida la inserción de la mujer en el mundo laboral. En el caso concreto de los territorios que tienen con ver con nuestra investigación se han puesto en marcha once proyectos NOW, entre los cuales quere-

mos mencionar los siguientes: CERES, en la comarca de El Condado, UBETECH en la zona de Úbeda, MÁGINA en la comarca de Sierra Mágina, AIRE en la Sierra de Segura y MECENAS con aplicación en diferentes zonas de Jaén. Todos ellos tienen en común que son proyectos que tratan de fomentar el desarrollo de la mujer rural jiennense a través de la formación y el desarrollo de recursos naturales relacionados con el turismo rural, la artesanía, etc.

Sin embargo, creemos que todo este apoyo institucional no conseguirá sus efectos si no se logra una implicación y una participación activa de los habitantes de las zonas rurales, que se convertirán así en los auténticos protagonistas de este proceso de cambio y de desarrollo y que serán quienes descubran los recursos ociosos susceptibles de generar riqueza y las nuevas necesidades que no estén satisfechas en la zona. Es aquí donde la mujer rural juega un papel crucial y donde puede tener una mayor posibilidad de realización personal y profesional.

3. La situación de las mujeres en el ámbito rural andaluz

Es de todos conocido que las mujeres hoy día se enfrentan al problema del desempleo en mayor medida que los hombres. La tasa de paro femenina se sitúa en el 20.27% frente a la masculina que alcanza el 9.32% a nivel estatal. Esta diferencia se acentúa en mayor medida a nivel autonómico (35.95% frente al 17.94% respectivamente en el caso de Andalucía) y a nivel local (41.04 y 15.09% en el caso de Jaén). Por otra parte, las mujeres empleadas se encuentran en peores condiciones pues asumen la gran mayoría de los contratos a tiempo parcial y contratos temporales (concretamente el 77.7% de los mismos estaban firmados por mujeres) y su empleo se caracteriza por la segregación horizontal y vertical. La primera de ellas implica que las mujeres trabajan fundamentalmente en determinadas profesiones que pueden ser estereotipadas como “femeninas” (el 86.6% de las mujeres andaluzas ocupadas lo está en el sector servicios y sólo un 13.4% realiza actividades relacionadas con la agricultura, la industria o la cons-

3. El desarrollo rural puede entenderse como “la mejora global en el bienestar económico y social de los residentes rurales y del medio físico e institucional en los que viven” (Jansma et al., 1981, p. 127).

trucción)⁴. Por su parte, la segregación vertical supone que las mujeres trabajadoras por cuenta ajena ven frenadas sus carreras profesionales y las posibilidades de promoción. Esto se pone de manifiesto en un estudio realizado por el Instituto de la Mujer en el año 1999, según el cual sólo el 7.6% de las mujeres que trabajan ocupan puestos directivos y de todos los altos cargos en organismos públicos y privados, únicamente el 17% están ocupados por una mujer. Este freno en el desarrollo de la carrera profesional de las mujeres trabajadoras es lo que se conoce como “techo de cristal” y que, según algunos expertos, todavía sigue siendo difícil superarlo y eliminarlo.

Todos estos problemas y dificultades con las que se encuentran las mujeres a la hora de acceder al mundo laboral se ven acrecentados en el caso de la mujer rural, puesto que, tal y como afirma un estudio realizado por el Instituto Andaluz de la Mujer, “nos encontramos ante un grupo social, la mujer, y un hábitat, el rural, donde las oportunidades de empleo y las tendencias de campo cultural y social muestran mayor resistencia. Este es un grupo afectado seriamente por problemas de marginación, discriminación, segregación e invisibilidad” (Bericat, E. y Camarero, M, 1994). Así, la situación de las mujeres rurales se encuentra doblemente influida en tanto su situación como residente en un medio rural y en cuanto a su condición de mujer.

Otros obstáculos específicos a los que se enfrentan las mujeres del medio rural son las características de la cultura rural, es decir, las limitaciones relacionadas con los valores y las percepciones de los roles de las mujeres en la sociedad rural; la baja tasa de actividad femenina que, en el caso de Andalucía, en el tercer trimestre del año 2000 era de un 36.83%, mientras que la masculina se elevaba a un 63.14%; y el limitado acceso que tienen la mujer a la educación o a la formación continua. Esta mejora de la formación ha sido precisamente el objetivo fundamental que se ha perseguido con todos los proyectos europeos NOW que se han implantado en el ámbito andaluz, como paso previo a la incorporación de la mujer al mundo laboral pues “es preciso salir del círculo vicioso que establecen, en el mercado de trabajo, las cualificaciones productivas tradicionales de la mujer rural. Y para ello es fundamental modificar la estructura formativa de la mujer, bien generando cualificaciones en ámbitos no tradicionales, bien introduciendo profesionalismo en su saber tradicional.

En todo caso, la triple consigna no puede ser otra que formación, formación y formación” (Bericat y Camarero, 1994, p. 275).

Además, en el caso de la mujer rural, durante muchos años la actividad realizada se ha encontrado inmersa en trabajos no monetarizados, como es el caso de las ayudas familiares en las explotaciones agrarias o en trabajos funcionalmente necesarios (limpieza, compra y otros trabajos relacionados con el hogar y el mantenimiento de la familia) que habitualmente no se consideran como tales y que, por supuesto, no se incluyen en las estadísticas.

Sin embargo, a pesar de todas estas limitaciones, la situación de las mujeres rurales ha variado considerablemente en los últimos años, produciéndose un avance tanto en su nivel cultural como en su incorporación a los distintos sectores económicos, todo ello favorecido por el proceso de desarrollo de las zonas rurales al que nos hemos referido con anterioridad y que ha propiciado la diversificación de actividades en estas áreas y el aprovechamiento de recursos que en muchas ocasiones estaban ociosos. En ese proceso de desarrollo la mujer se ha mostrado como auténtica protagonista y se han lanzado a la aventura de constituirse como empresarias o trabajadoras por cuenta propia. Así en la EPA del tercer trimestre del año 2000 encontramos que en Andalucía existen 90.500 mujeres empresarias o miembros de sociedades cooperativas, lo que representa un 23.89% del total de dicho colectivo. Además, otro dato importante es que un 25% de las nuevas sociedades cooperativas de trabajo asociado creadas en la provincia de Jaén están gestionadas por mujeres, lo que viene a avalar el hecho de que se está tendiendo a la diversificación del ámbito rural y a la realización de otras actividades diferentes de la agricultura, en las que las mujeres son protagonistas activas y en puestos de mayor responsabilidad.

Esta tendencia se debe a que las mujeres se encuentran con un mercado de trabajo bastante escaso y en algunos casos sólo hallan en la migración, aunque sea a zonas próximas, la única salida para satisfacer sus expectativas y aspiraciones laborales si quieren trabajar por cuenta ajena. De todas formas, esta estrategia del trabajo por cuenta propia es una de las más difíciles de adoptar, dado que supone un cambio total en los valores y los roles tradicionales asumidos por las mujeres e

4. Todos los datos anteriores han sido obtenidos de la EPA correspondiente al tercer trimestre del año 2000, elaborada por el INE.

implica, en muchos casos, tener que desarrollar ambas facetas a la vez (la de empresaria y la de ama de casa, madre, esposa, hija, etc.). Esta sobreactividad es la característica principal de las mujeres del ámbito rural que, aunque también está presente en las mujeres trabajadoras por cuenta ajena, se hace mucho más latente en el caso de las empresarias.

4. Presentación del análisis empírico realizado

La realidad del ámbito rural descrita más arriba, nos lleva a considerar que existen problemas específicos para las personas que residen en él: aislamiento, poca accesibilidad a servicios, limitación de infraestructura, dificultad de acceso a la educación y formación continua, servicios de transporte escaso. Pero uno de los problemas más importantes es el de la baja tasa de actividad que existe en general en estas zonas en relación con las urbanas.

A pesar de estas limitaciones, la redefinición de las funciones del medio rural y el reconocimiento de la multifuncionalidad del mismo, tiene como resultado la emergencia de nuevos empleos y la utilización más eficiente de los recursos autóctonos. Este hecho ofrece nuevas perspectivas a la población rural en su conjunto.

La situación se vuelve más complicada si contemplamos las expectativas de las mujeres en este ámbito, porque los problemas antes mencionados inciden de manera especial en el colectivo de mujeres rurales, quienes se enfrentan a importantes limitaciones relacionadas con los valores y las percepciones de la sociedad rural.

Ante los cambios significativos que se están produciendo en las áreas rurales, la mujer debe de participar activamente e intentar crear nuevas oportunidades y puestos de trabajo, propiciando una sociedad en la que se den unas condiciones más igualitarias y justas. Una de las formas de participación activa en la vida económica, es mediante la creación de empresas. En este sentido, consideramos que el cambio en la vida social dependerá, entre otras cuestiones, de cómo actúen las mujeres en sus empresas y de las motivaciones que tengan para lograr ese cambio social, para mejorar el empleo femenino y para desarrollar su entorno más inmediato.

Así, nos preguntamos, de qué modo abordan la creación de empresas las mujeres en el medio rural, si son conscientes del importante papel que pueden ejercer en el cambio de valores, roles y comportamientos sociales, y cómo pueden contribuir al desarrollo de su entorno. En definitiva, nos preguntamos por el hecho de si ellas quieren asumir este protagonismo, si se plantean esa situación.

Pensamos que existen varias respuestas en función de las expectativas que ellas mismas tengan de su propio negocio. Entendemos que cada empresaria puede tener situaciones diferentes, las cuales repercuten de distinta forma en la visión que tienen sobre el papel a desempeñar, pero creemos que a través de las entrevistas con las empresarias objeto de estudio, nos podemos encontrar con diversas estrategias sociales que nos enseñaran sus distintas posiciones frente al cambio social. En este sentido, no nos sirve para nuestro análisis una visión global de las empresarias rurales, sino ahondar en los aspectos más significativos que caracterizan esas diferentes estrategias, como por ejemplo, la forma de llevar su propio negocio y las expectativas que tienen para el futuro de su empresa.

Una de las cuestiones en las que centraremos nuestro análisis, será el motivo de creación de la empresa, puesto que consideramos que puede ser un elemento clave para comprender el comportamiento y la actitud de las empresarias. Para analizar este proceso, podemos utilizar uno de los enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial o de la creación de empresas, el enfoque sociocultural o institucional (Veciana, 1999, p. 21). Bajo este enfoque se pueden incluir varias teorías cuyo supuesto básico es que la decisión de convertirse en empresario y, por tanto, la creación de nuevas empresas, está condicionada por factores socioculturales o por el marco institucional que hay en un determinado momento y lugar. Dentro de este enfoque las investigaciones del proceso de creación de empresas han puesto de manifiesto la importancia de algún suceso, generalmente negativo que desencadena y/o precipita el proceso de creación de una empresa. En la teoría de la marginación (Brozen, 1954; Young, 1971; Stanworth y Curran, 1973; Min, 1984) se establece que las personas, al encontrarse al margen del sistema social, son más propensas a la creación de su propia empresa como una salida profesional y una posibilidad de obtener cierto reconocimiento e integración social. En esta investigación trataremos de establecer cuáles son los sucesos que desencadenan la iniciativa empresarial de la mujer. No obstante, para que se produzca el acto de creación de la empresa, deben darse unas condiciones favorables en el

entorno y una cierta legitimación del empresario que trataremos asimismo de analizar.

En este sentido, la influencia de los factores del entorno en la función empresarial y en la creación de empresas pueden ser analizados a partir del marco conceptual de la teoría institucional, en la que se establece que las instituciones constituyen las “reglas de juego” en la sociedad, las fuerzas restrictivas ideadas e impuestas por el hombre que configuran y determinan la interacción humana (North, 1990, p. 3). Se puede considerar que existirán factores formales e informales que condicionan el papel de la empresaria y facilitan o impiden el cambio social. Captar esta influencia será uno de los aspectos a tratar en nuestra investigación.

Por último, analizaremos la función directiva de la mujer en la empresa, utilizando el enfoque gerencial (Veciana, 1999, p. 27) con el que trataremos de identificar, describir y explicar los comportamientos manifiestos de las empresarias. Se trata de observar lo que “hace” la empresaria cuando ejerce la función directiva y analizar si cuando realiza su actividad tiene en cuenta la posibilidad de contribuir a la integración de la mujer en el mundo del trabajo, y si considera necesario el desarrollo de su entorno para conseguir una mayor participación de la mujer. También nos parece necesario conocer algunas características singulares en la forma de dirigir sus empresas y cómo va evolucionando el ejercicio del liderazgo a medida que la empresa se va consolidando.

En definitiva, nuestra investigación tratará de captar y comprender las distintas posiciones de las empresarias y los principios por los que se rigen. Nos vamos a centrar en aquellas que pertenecen al ámbito rural y vamos a tratar de buscar opiniones y experiencias de mujeres que tengan diferentes situaciones económicas, familiares, organizativas y sociales para que, a través de sus experiencias, nos descubran la iniciativa empresarial de las mujeres en el ámbito rural. La actuación que se ha llevado a cabo para realizar el estudio la explicaremos a continuación.

5. Recogida y análisis de datos

El modo que enfocamos el problema y buscamos las respuestas, nos lleva a utilizar la metodología cualitativa. El objetivo temático de la investigación se analiza a

través de la experiencia que de él poseen cierto número de individuos. Con el análisis cualitativo se pretende comprender el proceso por el cual tienen lugar ciertos fenómenos de comportamiento organizativo, utilizando múltiples fuentes de evidencia que nos conduzcan a diferentes perspectivas alternativas o explicaciones que capten adecuadamente la heterogeneidad y el campo de variación.

Para la recogida y análisis de la información, se ha elegido la aplicación del estudio de casos, para derivar una serie de conclusiones a partir de un número de casos seleccionados, tratando de descubrir los factores que inciden, condicionan o determinan el problema objeto de estudio.

La unidad de análisis elegida son las empresarias rurales. La selección de los casos se realizó eligiendo aquellos que ofrecen una mayor “oportunidad de aprendizaje” (Stake, 1994, p. 17). Una vez determinado el criterio principal, puede decirse que se tuvo también en cuenta, la facilidad/dificultad de selección y “captura” de informantes. En total se han seleccionado 10 empresarias.

La técnica de recolección de datos que se ha elegido es la entrevista en profundidad, por considerar que es flexible, desestructurada y positiva para recoger la información necesaria para nuestro trabajo. Con ella se buscaban las representaciones sociales de los individuos, observando los sistemas de normas y valores que asumen, las imágenes y creencias que comparten, los códigos y estereotipos, etc. Las preguntas se han referido a los comportamientos presentes, pasados y futuros, al orden tanto de lo realizado como de lo realizable, no sólo a lo que el entrevistado piensa sobre el asunto que investigamos, sino a cómo se actúa o se actuó con relación a dicho asunto. La información se recogió durante el mes de diciembre de 2000, las entrevistas tuvieron una duración entre una y dos horas y se realizaron en las instalaciones de sus empresas o en algún local u oficina próximo a su lugar de trabajo o vivienda.

6. Motivaciones de las mujeres para emprender su propio negocio

Las iniciativas analizadas presentan una gran diversidad tanto en lo que se refiere a la actividad desarrollada, como en los años de funcionamiento y en el origen

de la empresa. En concreto entrevistamos a dos empresarias dedicadas al turismo rural, otras cinco cuya actividad estaba relacionada con la fabricación artesanal de productos alimenticios (mermeladas, aceite, espárragos, dulces y pollos ecológicos), una que estaba al frente de una empresa de limpieza, otra que se dedicaba a la fabricación industrial de pinturas y, por último, una empresaria que estaba dada de alta como autónoma en dos actividades, la de asesoría a empresas y la de academia de enseñanza.

Por lo que respecta a los años de funcionamiento de la empresa que ellas dirigen, se trataba en general de empresas de nueva creación aunque, en realidad, en tres de los casos analizados las empresas llevaban ya en torno a los diez años funcionando y, por otra parte, dos de ellas habían accedido a la condición de empresaria como consecuencia de haber heredado las empresas de sus padres. Por tanto, en estos últimos casos se trataba de empresas con una cierta tradición en la actividad pero que hemos considerado pertinentes incluir en nuestro estudio porque, en cierto modo, ellas habían introducido cambios importantes en la organización y el funcionamiento de las mismas, por lo que de alguna forma podían ser consideradas como empresas nuevas.

Del análisis realizado se desprende que en la mayoría de los casos las empresarias eran mujeres formadas, con un nivel medio-alto, al margen de los cursos que hubieran realizado posteriormente bien sobre temas específicos de la actividad que desempeñan (turismo rural, contabilidad y asesoría fiscal, etc.) o bien cursos generales sobre gestión empresarial o sobre creación de empresas, organizados fundamentalmente por el Instituto de la Mujer o de las Agencias de Desarrollo Local, buscando en algunos casos madurar la idea que ya existía y en otros reconocer alguna oportunidad de negocio:

“... me fui a la escuela de empresas de Alcalá La Real y digo mire usted yo venía porque quería yo hacer una granja de pollos ecológica [...] y me dijo pues mira esto lo que vas a hacer es que vas a ir a la Casa Pineda que están haciendo un cursillo de autoempleo y no te vendría mal. Bueno, pues yo me fui allí, escuché las charlas, estuve haciendo el cursillo de autoempleo, maduré mi idea, porque yo ya llevaba la idea fija pero allí pues la fui madurando mi idea...” (E6)

“Nosotras comenzamos haciendo un curso del Plan Now de desarrollo de la mujer local, hace aproximadamente cuatro años. Y en él empezamos veintitantas mujeres. Primero fue un poco conoci-

miento del medio, de los recursos que teníamos en el pueblo.” (E5)

La edad media de todas ellas está en torno a los 27-40 años aproximadamente. Este hecho condiciona en la mayoría de los casos la posibilidad de encontrar un trabajo por cuenta ajena. La mayoría de ellas no estaba trabajando en el momento de la constitución de la empresa, a excepción de dos casos. Por otra parte, también a excepción de dos casos en los que las mujeres estaban solteras, el resto se trataba de mujeres casadas con hijos.

La principal motivación que tuvieron a la hora de constituir su propia empresa fue el hecho de no encontrar trabajo por cuenta ajena y querer quedarse en el lugar de origen, tal y como se refleja en los siguientes casos:

“... un amigo mío se enteró de que esto lo arrendaban [...] entonces pues vine, lo vi, me gustó la idea y no me lo pensé dos veces, me había quedado sin trabajo y tengo 36 años, entonces evidentemente es mucho más difícil encontrar con esa edad y había estado en agosto echando currículum y esas cosas...” (E1)

“... porque antes no tenía trabajo pero el primer impedimento que me ponían era que estaba casada y con dos hijos [...] y la gente me decía que no entendía como es que estaba preparada y que no tenía trabajo, en fin, cosas así...” (E4)

“... y las ganas que teníamos de quedarnos aquí en Torres, claro, que sin las ganas de quedarte en un pueblo que sabes que cada vez va a menos de gente y eso, pues eso también influye...” (E8)

Además, también les ha movido la ilusión de poder aportar y ayudar a la economía familiar y sobre todo, por tener algo que fuera suyo propio, tal y como nos comentaba una de ellas.

“... y esto te lo vas tomando como algo cada vez más ilusionante, te lo tomas como una hermana pequeña como yo siempre he visto a la fábrica, como una hermana pequeña a la que hay que cuidar y que cuanto más le he dado pues también se porta bien, porque te lo tomas ya como algo muy personal, como una especie de reto, como una especie de... no sé como definirlo, como algo que ya es tuyo, tu ilusión, tu esfuerzo.” (E3)

Pero una nota que sí parece común a todas, independientemente de los casos en los que se trata de una

empresa familiar y que se ha continuado la tradición, es que en la familia de las empresarias ha existido algún miembro que ha sido o es empresario, por lo que se puede deducir que en cierto modo habían sido enseñadas o tenían mentalidad de empresarias, tal y como nos afirmaban algunas de ellas.

“... mi padre empezó con un salón de bodas y montamos así, entonces siempre hemos trabajado un poco en el tema de la hostelería, siempre desde chiquititos.” (E8)

“... sí, mi abuelo también. Una de las primeras empresas que había en Mancha Real, la extractora, la hizo mi abuelo, y yo creo que en esa época era de las pocas empresas que había en Mancha Real. [...] Y por parte de mi madre también han tenido fábrica de aceite hace ya mucho tiempo. [...] Siempre habíamos tenido pero hacía ya tiempo que no teníamos y ahora tenemos otra vez fábrica de aceite, o sea, que es nuestra vida, la fábrica de aceite.” (E2)

Todas tienen en común el gran apoyo que han recibido de sus familiares más cercanos, quienes en muchas ocasiones han sido los que las han motivado a seguir adelante, no sin esfuerzos, y los que han ayudado en mucho a la materialización de esa idea en una realidad.

“... y luego mis dos pilares básicos de mi empresa que son mi madre y mi hija, que sin mi madre poco habría podido hacer.” (E6)

Una vez funcionando, casi todas ellas aseguran que su mayor satisfacción es ver cómo han salido adelante, cómo ha funcionado aquello en lo que ellas creían y que eso supone una gran satisfacción personal y un gran orgullo para ellas.

“... Lo que nos satisface es el orgullo, el ego, a mí particularmente me satisface un montón [...] y luego... porque como nadie es profeta en su tierra pues aquí a lo mejor no nos reconocen casi nada de lo que hacemos pero bueno, tenemos la satisfacción de que por fuera hay gente que sabe que estamos trabajando y que estamos haciendo cosas, que nos llaman de la Cámara de Comercio, que nos invitan a que vayamos a actos oficiales, y te quedas así...” (E7)

Además, en varios casos, se nos aseguró que una cosa muy importante para ellas es el hecho de generar empleo, saber que hay determinadas personas a las que

han ayudado y a las que están ofreciendo un empleo y que, en cierto modo, dependen de ellas.

“Una cosa que me satisface mucho aunque parezca una cosa tonta es que me gusta mucho crear empleo, me encanta poder contratar a gente, es una de las cosas que siento satisfacción, el poder decir hace falta una persona más y la busco, le doy trabajo.” (E3)

“... y luego la encargada también que depende de mí porque ella están pagando un piso, está soltera, y además hay otros que dependen de esto.” (E9)

Una nota común a todas ellas y que podría suponer un cierto impedimento o inconveniente es que se tienen que hacer cargo de las tareas de sus hogares y del cuidado de sus hijos, aspectos éstos que todavía no han sido superados por ellas, y que les supone una mayor carga de trabajo que, algunas veces, incluso llega a serles demasiada, sobre todo en los casos en los que los hijos eran pequeños.

“... pero en ese sentido sí tienes la responsabilidad de aquí, de los problemas, de las historias, del día tan complicado, llegas a tu casa y vuelta otra vez a empezar con día tan complicado. Entonces eso sí que es muy complicado y a mí eso sí me está costando machismo trabajo.” (E2)

Esto hace que en algunos casos se conformen con un menor avance en el negocio o que tengan menos inquietudes, porque tal y como nos aseguraba una de ellas, en definitiva, es la familia y los hijos los que determinan a vida de una mujer. Sin embargo, y a pesar de ello, todas ellas creen en su idea, han apostado muy fuerte por ella y tienen muchísimas ganas de seguir apostando, invirtiendo su tiempo y su esfuerzo para continuar desarrollando la zona, creando empleo o para seguir demostrándole a la gente que son capaces de sacar su empresa adelante.

“... hoy por hoy yo te aseguro que estoy encantada y el estar encantada, tú sabes lo que significa eso, te estimula y hace que no te pesen los esfuerzos que tengas que hacer, las horas que tengas que estar yendo aquí y allá, no pesa y haces lo que tengas que hacer y lo hago porque de eso se va a beneficiar fulanito, menganito, porque vamos a incrementar la producción, se aumentan las ventas...” (E3)
“... porque la gente pensaba que nosotras no sabíamos nada, que éramos tontas de remate y que no sabíamos absolutamente nada y la verdad es que

nos hemos dado cuenta de que cuanto más vamos aprendiendo, más cosas ignoramos, pero más ganas nos entran por aprender". (E7)

7. Repercusión de las ayudas institucionales en la iniciativa empresarial

Tal y como comentábamos anteriormente existen diferentes ayudas procedentes de instituciones tanto públicas como privadas que posibilitan la formación, el avance o la supervivencia de empresas en el ámbito rural y, por tanto, el desarrollo de estas zonas. Estas ayudas pueden materializarse tanto en la formación para los miembros de la empresa, como en subvenciones a fondo perdido para la adquisición de material productivo o en la posibilidad de obtener determinados préstamos y créditos a un tipo de interés inferior al que existe en el mercado, es decir, créditos blandos. En nuestro estudio hemos podido constatar que en todos los casos las empresarias han recibido algunas de estas ayudas, fundamentalmente a través de los cursos de formación organizados por el Instituto de la Mujer, organismo éste al que muchas de ellas acudieron en los inicios de su actividad para asesorarse y formarse. Por otra parte, en la mayoría de los casos han recibido ayudas de tipo económico, para desarrollar su idea. Estas ayudas han procedido de los planes europeos y/o españoles a los que hacíamos referencia en la primera parte de este trabajo, aunque no llegaron al inicio de la actividad, sino cuando la empresa ya llevaba cierto tiempo en funcionamiento, por lo que las empresarias han tenido que disponer de un capital inicial para invertir y comenzar la nueva actividad, sin esperar a la recepción de las ayudas. Así nos lo cuenta una empresaria cuando dice:

"... te digo que las ayudas han venido a los cinco años, o a los seis años, con carácter retrospectivo. Y bueno, cuando ya realmente has hecho la ampliación, pero no para iniciar, tienes que empezar con tus propios medios" (E3).

Además, como ya se ha empezado a poner de manifiesto, se han podido beneficiar de subvenciones en los tipos de interés en los créditos que tenían concedidos, convirtiendo a estos en créditos blandos. Esta es la ayuda más valorada por las empresarias, pues le supone unos

menores gastos en intereses desde que se comienza a trabajar.

Asimismo, para las empresas que llevan varios años en funcionamiento las empresarias han solicitado algunas ayudas para inversiones productivas, como para la compra de nueva maquinaria o útiles de trabajo, pero al igual que se ha comentado anteriormente, las ayudas no llegaron cuando se compró dicha maquinaria o útiles de trabajo, sino pasado un periodo de tiempo, por lo que el pago tuvieron que hacerlo ellas mismas con sus fondos.

Por otra parte, hay que decir que a pesar de la gran cantidad de ayudas institucionales que existen y a las que pueden acceder todos los empresarios, existen algunos casos en los que las entrevistadas no pudieron obtener ninguna, bien porque se equivocaron en la realización de los trámites necesarios para la obtención de dichas ayudas y, aunque han realizado diferentes escritos de reclamación corrigiendo los fallos, no ha sido posible la obtención de ningún tipo de ayuda para su empresa; bien porque las actividades que realizan no se incluyen entre las premiadas; bien porque la actividad a la que se dedican ya está iniciada y no existen ayudas para la mejora de la actividad; o simplemente porque desconfían de estas ayudas, no quieren un control por parte de la Administración sobre la utilización de las ayudas concedidas, ni quieren estar sujetas al cumplimiento de determinados requisitos a posteriori como consecuencia de la percepción de las mismas y porque piensan, además, que a largo plazo les van a ser exigidos mayores esfuerzos y condiciones por parte del Estado.

8. Contribución de la iniciativa empresarial al desarrollo del entorno

Una de las principales consecuencias positivas de la creación de empresas en el ámbito rural es la creación de empleo. En este aspecto las empresarias, en mayor o menor medida muestran interés por contratar a personas de la zona geográfica en la que se implantan, independientemente del sexo de estos trabajadores, aunque sí muestran una especial sensibilidad hacia la contratación de mujeres por comprender mejor su situación y características personales. Así se recoge en la opinión de varias entrevistadas:

“... pero vamos que ahora mismo la verdad plantearme yo si hombre si hay una mujer preparada pues sí lo prefiero, la prefiero y si le puedo echar una mano se la voy a echar” (E4).

“... pero creo que ningún hombre, ningún hombre que tenga esa vocación lo va a hacer, en cambio la mujer sí, fíjate yo he tenido tres o cuatro y dos de ellas fenomenal...” (E10).

Es de interés hacer notar la alegría con la que contratan a nuevos trabajadores, este hecho les supone una gran motivación al ver que contribuyen a que otras personas solucionen su problema del paro y dejen de ser un grupo discriminado. Esto se pone de manifiesto en el testimonio siguiente:

“... y la verdad es que merece la pena porque hay un montón de gente de la que yo preparo ya colocada en La Carolina... y yo digo, ya me veo yo con la oficina del INEM puesta aquí” (E4).

“... entonces decidí que no, que cerraba la empresa, prefería tener un trabajo fijo, sin calentamientos de cabeza ni nada... y cuando las tenía a las cuatro aquí... pues no pude decirles que la cerraba. Claro, porque era dejar a las cuatro mujeres en la calle y yo no podía...” (E9).

Por otra parte, hemos podido observar que cada vez que encuentran la posibilidad, ayudan a otras empresarias a formarse e intentan transmitirle su experiencia, sin escatimar esfuerzos. Así, hemos encontrado una empresa que participaba en el programa Mentoring, que supone actuar como tutora de una emprendedora que vaya a iniciar una empresa con la misma actividad de la primera.

A esto hay que añadir la vida y el movimiento que proporcionan a la zona en la que se implantan, como consecuencia del número de personas a las que atraen. Esto se pone de manifiesto especialmente en el turismo rural, que proporciona a las localidades movimiento de personas, posibilita el conocimiento de la gastronomía y cultura de la zona, e incrementa las ventas de todo tipo de artículos desde los de primera necesidad hasta productos típicos y de recuerdo.

“...la gente joven de los pueblos sino tienen nada que hacer aquí se van a trabajar en la hostelería a Barcelona, a no se que, si los pueblos fomentaran el turismo, eso sí da de comer y trabajo a mucha gente y sobre todo a la gente joven, que si le das vidilla y creas puestos de trabajo en el turismo pues en vez de irse...” (E1).

Por otra parte, hay que poner de manifiesto que estas empresarias se enfrentan a diferentes limitaciones, como ocurre por ejemplo en el acceso a las materias primas. Las empresarias prefieren abastecerse de proveedores de la zona, pero en muchas ocasiones no encuentran los productos necesarios. Este es el caso de la granja de pollos ecológica que, ante la falta de comida para los animales, la empresaria ha llegado hasta Cataluña en busca de la misma, haciendo frente a los costes que esto supone. También le ocurre esto a la empresaria dedicada a la fabricación de dulces, puesto que ella intenta buscar materias primas de calidad para elaborar sus productos y, al no encontrarlas en la zona, tiene que llegar hasta Jijona y Reus, por ejemplo, para obtener una almendra de calidad con la que llevar a cabo su proceso productivo. Asimismo, también se encuentran en muchas ocasiones con la falta de apoyos institucionales para seguir adelante, pues a veces los ayuntamientos no están interesados en favorecer, ni en prestar una atención especial a actividades diferentes de las que son tradicionales en la zona, aunque puedan suponer una fuente de ingresos para la localidad. Este es el caso de una empresaria dedicada al turismo rural que ha tenido que buscar apoyos en otra localidad próxima, diferente a la que pertenece, para sacar hacia delante a su empresa. Todos estos problemas han supuesto escollos en el trabajo diario de las empresarias, pero que, en vez de echarlas hacia atrás, las ha empujado a investigar y buscar lo que necesitaban por otros medios, logrando la continuación y supervivencia de su actividad.

En la mayoría de los casos, la oferta del producto o servicio que producen estas empresarias es escasa, no pudiendo llegar a abastecer la demanda generada en torno al mismo, como consecuencia del mayor conocimiento que se va teniendo de su actividad no sólo en la zona geográfica en la que se encuentran implantadas sino también fuera de ésta, lo que propicia que tengan una gran cantidad de clientela que con los medios de los que disponen es imposible de satisfacer. De este modo lo ponen de relieve algunas empresarias cuando dicen:

“...el alcalde dice mira hay que hacer algo, es que yo he oído por ahí muchas quejas de que la gente te va pidiendo, digo, por supuesto yo también las estoy oyendo y siento lástima y siento vergüenza de estar aquí y no tener nada, pero yo es que no puedo más y yo es que no puedo pagar siete sueldos cuando no me da de sí el producto, si yo tuviera una máquina tirando ahí producto todo el día pues cla-

ro, pero como la máquina soy yo, no doy para pagarle a siete personas, porque soy una, entonces o me dais ayudas para que yo pueda mantener a la gente o mi negocio será super limitado...” (E10). “... me han llamado a mí y como yo no tengo plazas los desvío a otro sitio y si hubiese más casas, más casas se alquilaban eso está clarísimo, es que a mí cuando me llaman y ya está mi casa completa, esto completo y casa de C. completa es que ya no hay más sitio donde alojar a la gente y hay muchas casas cerradas en el pueblo...” (E1).

También es importante para el desarrollo de las zonas rurales la propensión hacia la innovación, el problema en este caso es tanto la falta de tiempo material de estas mujeres, como la escasez de recursos físicos y económicos necesarios para llevar a cabo dicha innovación, pues la actividad de las empresarias supone un importante ingreso para la economía familiar de la que forman parte y no pueden comprometer esta renta que obtienen de la empresa en el incremento o la mejora del negocio pues esto supondría un perjuicio económico en la unidad familiar en la que se integran. Así lo muestra una empresaria en el testimonio siguiente:

“... otro problema, que es el principal, que es un matadero ecológico que no lo hay en Andalucía que ahora estoy en el proyecto de hacer el matadero para poderlo comercializar y sacarlo... lo que pasa es que hay otro problema vas a las administraciones a pedir ayudas y dicen que para un matadero que no hay ayudas...” (E6).

9. La organización empresarial y el desempeño de la función directiva

Otro de los objetivos de nuestra investigación es observar los comportamientos manifiestos de las empresarias al ejercer la función directiva, es decir, las características singulares en la forma de dirigir sus empresas. En este sentido, consideramos que la situación vivida por las empresarias en el desempeño de sus funciones viene determinada en gran medida por las características de sus empresas y por los factores situacionales que existen en el mundo rural, descritos más arriba.

Las empresas en las que participan son organizaciones simples, las cuales están dirigidas firme y personalmente

por sus líderes. La estructura básica de las empresas lideradas por empresarias rurales, forman una configuración que podría ser definida como organización empresarial, utilizando la terminología de Mintzberg (1991, p. 135 y ss.). Su estructura es sencilla, con una ligera división de la mano de obra y una pequeña jerarquía organizativa. La propiedad es compartida por pocas personas: son sociedades cooperativas que no tienen un gran número de socios; sociedades de capitales en las que la propiedad está en manos familiares o incluso en muchas ocasiones son trabajadoras autónomas que tienen algunos empleados. Esto hace que exista máxima delegación de autoridad en las personas que dirigen la empresa así como una gran autonomía para tomar decisiones.

Es de destacar que en estas empresarias se da una doble condición de empresaria y directiva y en algunas ocasiones también se comparte con el papel de trabajadora de la empresa. En esta situación, la implicación y el riesgo que soportan en la empresa es muy elevado. La superposición de roles permite una gran motivación para el desempeño de su trabajo dentro de la empresa. No se identifican tanto con el papel de propietario, sino como conductoras de su negocio, del cual depende su propia vida y la de las personas que trabajan con ella. Cuando las consideras empresarias, les sorprende esta clasificación.

“Yo no tengo una empresa, yo tengo una familia. Ellas no son trabajadoras son compañeras” (E9).

La empresa quizá en muchas ocasiones por su intensa relación con las demás personas de la organización, y con el entorno, es algo más que un negocio o un trabajo, tal y como hemos comentado más arriba. Su entorno más inmediato, los trabajadores, ellas mismas y su familia dependen de la actividad empresarial, la supervivencia de la empresa es su principal objetivo. Se hace evidente que estas personas tienen una posición de alto poder en la organización, son conscientes de su responsabilidad y ejercen sus obligaciones con gran motivación.

En este tipo de organizaciones, tal y como señala Mintzberg, todo el mundo rinde cuentas al jefe, la comunicación fluye de una manera informal, la mayor parte de ella entre el directivo y los demás. La toma de decisión es flexible, con un sistema de poder altamente centralizado que garantiza una respuesta rápida. La formulación de la estrategia es altamente intuitiva, orientada a menudo hacia la búsqueda agresiva de oportunidades.

Esta configuración empresarial está favorecida por un contexto externo que es a la vez simple y dinámico (Mintzberg, 1991, p. 138). El contexto rural descrito más arriba es relativamente simple (fabricación de alimentos, empresa de limpieza, almazara de pequeña dimensión, servicios de hostelería, etc.), porque la actividad en la que desarrollan su empresa en muchos casos le viene dada a la empresaria por su familia desde hace tiempo, porque van a explotar recursos autóctonos de la zona, etc. Esto hace que la persona que está en la dirección conserve mucha influencia. Asimismo se trata de un contexto dinámico en donde existen cambios en los gustos, en la legislación, en los hábitos de las personas, etc. y aquí su estructura flexible juega un papel fundamental ya que permite que la empresa se adapte a las nuevas condiciones.

Una gran ventaja de la organización empresarial es su sentido de misión. Muchas personas disfrutan trabajando en organizaciones pequeñas y familiares donde el líder sabe hacia donde la dirige. Los empleados pueden desarrollar una firme identificación con una organización así. Sin embargo, otras personas pueden pensar que esta configuración puede ser altamente restrictiva y no sentirse partícipes en la actividad. Estas organizaciones se han descrito a veces como autocráticas y por este motivo se las ha acusado de concentrar demasiado poder en lo alto.

Es cierto que las organizaciones nuevas que empiezan a contratar personal, a fijar sus estrategias y los procedimientos iniciales son generalmente autocráticas, dependen de un líder visionario cuya estrategia resultante tiende a reflejar la visión implícita del mundo que posee el director. Esta situación se puede contemplar en las empresarias que están comenzando su negocio y que necesitan de un gran apoyo inicial para enfrentarse a las incertidumbres que aparecen en los primeros momentos de creación de su empresa. Sin embargo, esta situación pronto desaparece en las empresas que llevan un tiempo funcionando bajo la dirección de empresarias rurales y que tienen un mayor número de personas implicadas en la organización.

Podemos destacar en la investigación realizada la propensión de estas empresarias rurales a la participación y a consultar con las demás personas de la organización. Ellas saben delegar y dar responsabilidad a aquellas personas de su organización que están capacitadas para desempeñar una determinada función.

Su visión de la empresa se expresa con claridad en el siguiente discurso:

“La empresa no es una persona, la empresa es un conjunto de personas, que van a desarrollar una actividad. La empresa somos todos que cada uno tiene que estar en su puesto, que como no haya, como te diría yo, que cada uno de los que formamos la misma no lo sientan, la empresa se va al garete” (E3)

Esa visión es compartida en gran medida por todas las empresarias, quienes se preocupan por transmitir la información a todas las personas dentro de la organización. El poder lo utilizan para potenciar las capacidades de las personas (desarrollo personal y grupal) que pueden resultar cuando diversas personas cooperan y contribuyen a un objetivo común. Se empeñan en una labor de coordinación, prescindiendo muchas veces de su posición jerárquica y consultan a sus socios sin dudar cuando consideran que se hace necesario que ellos participen por la trascendencia de la decisión.

“Los de la junta directiva, nosotras paso que damos paso que se les dice primero.... Pero al final somos nosotros quienes tomamos la decisión”. (E7)

Confían en el buen hacer de sus subordinados, en quienes delegan y tratan de manifestar igualdad en las relaciones.

“Yo no voy de jefa por la vida... cuando hay que descargar camiones me voy por allí a descargar camiones y allí a ponerme con la aceituna, porque hay problemas, que las cintas, que la aceituna se derrama, que no sé qué, pues venga, con la pala a coger aceituna, y como me ven a mí que lo hago la primera y ellos me ven que yo entro y salgo, en fin, no hay ningún problema. (E2).

El hacer frente a las anomalías y la innovación de una manera empresarial, son quizás los aspectos más importantes de su trabajo. Valoran el trabajo de los demás, no tienen en cuenta la distancia al poder que entre unos y otros existe, sino la contribución que puede hacer cada uno al desempeño de la empresa. Los aspectos más formales de trabajo de dirección, los deberes como cabeza visible, reciben menos atención, considerando que hay que desarrollarlos cuando son imprescindibles para la empresa. La distribución de la información y de los recursos internamente es también un aspecto importante en su trabajo. Se dejan aconsejar por asesores externos o por personas de su familia y del entorno con conocimientos del negocio o con sentido común para saber solucionar problemas y con disposición de escuchar.

“Hemos tropezado con buena gente, porque sino fuera tan buena gente pues no saldrían las cosas igual... pienso que es muy bonito la parte esa de hacer empresa, así como en familia, que cada uno tiene su trabajo, pero estamos unidos, coordinados” (E3).

Los valores personales de estas empresarias al ejercer su función directiva y su perfil cultural nos proporcionan claros indicios de cual es su estilo directivo. Éste está claramente orientado a las personas o lo que es lo mismo, ejercen un liderazgo transformacional, definido como aquel que lleva a que los subordinados transformen su propio interés personal en interés del grupo, mediante su preocupación por una meta amplia y atribuyen el poder a las características personales-carisma, habilidades interpersonales, contactos personales y trabajo duro, más que a la posición organizacional (Rosener, 1990).

No es una posición que se dé en alguna de ellas, sino que lo vemos reflejado en todas sus actuaciones, probablemente en cierto modo influidas por su condición de mujer, y por los obstáculos a los que se enfrentan al ejercer la dirección como trataremos de explicar a continuación.

Quizá y desde el punto de vista social, el principal inconveniente con el que se encuentran las directivas es el de la maternidad, entendiendo por ella la visión maternal que la sociedad ve en las mujeres y los problemas que esto le acarrea en su desarrollo como directivas. Al tener un mayor número de responsabilidades y al estar el perfil del directivo imperante asociado con la movilidad y permanencia durante largas horas en el puesto de trabajo, el doble papel directiva y madre representa para ellas un problema crucial (Sánchez-Apellaniz, 1997, p. 91). Este puede ser un obstáculo importante para las directivas contratadas por las empresas como asalariadas, pero en nuestro caso las mujeres tratan de actuar frente a estos inconvenientes asumiéndolos, no eludiendo responsabilidades, e intentando compaginarlas.

“Tenemos hijos, ella tiene a su padre (2 socias) en su casa y yo tengo a mi suegra y a mis dos padres y a mi tía y a mi abuela, que tengo que estar todos los días yendo y viniendo en busca de ellos porque todos los días tienen algo, hoy han tenido un día fatal.” (E7)

Este hecho les hace apoyarse en las personas que están alrededor de ellas para poder abarcar el trabajo y cumplir con sus obligaciones de la mejor forma posible,

tienen necesidad de contar con personas y de valorar el apoyo de estas en la obtención de sus resultados.

“Los primeros que se vinieron aquí fueron mis hermanos para echar esto a funcionar, a decorar, a traer muebles” (E1)

“La verdad es que cuesta, tienes que andar dependiendo del marido, de la hija mayor, pero claro la familia lo principal es el marido, el apoyo de la pareja, si hay un apoyo de la pareja te va bien” (E5)

Estos discursos nos muestran en definitiva los conflictos familia/trabajo que han de afrontar estas empresarias: conflictos basados en el tiempo, dada la escasez que se tiene del mismo para manejar los asuntos de trabajo y familia; conflictos basados en la tensión, cuando el esfuerzo de un rol desemboca en el otro provocando efectos negativos para el desarrollo y el éxito de la carrera profesional (Powell, 1991). Pero en el caso de estas empresarias quienes pueden formar una cultura en la empresa en consonancia con su perfil y que no tratan de establecer comportamientos distintos en la familia y en el trabajo, la necesidad de colaboración en su propia vida familiar la proyectan en la empresa, asumiendo la colaboración y el compartir tareas como forma de llevar a cabo la actividad empresarial, lo que les ayuda a desarrollar un conjunto de habilidades participativas que proporcionan una visión de trabajo más positiva, un cambio de actitud menos centrado en las horas de permanencia en la organización y más en la eficacia del desempeño.

“Es que la cosa que yo no acabo de entender, es que si una empresa que hace falta echar horas extras a diario, hace falta otra persona más, lo que no acabo de entender es como se obliga a las personas a diario a hacer horas extraordinarias, no lo entiendo... Pero bueno, como todos los días se puede trabajar once horas a todo rendimiento. Es muy difícil, so pena que se esté trabajando con muchos descansos y perdiendo el tiempo, yo francamente no lo entiendo” (E3).

Otros obstáculos subrayados en investigaciones realizadas sobre el trabajo directivo de la mujer (Instituto de la Mujer, 1992; Mardomingo, 1994) son los ambientales, relativos a la propensión a exigirles más que a los hombres para demostrar su valía, esta limitación es percibida por las empresarias rurales y les hace superarse en el desempeño de su trabajo y esforzarse por ser valoradas positivamente según la mentalidad de cada una de las personas con quienes se relacionan en la or-

ganización, trabajadores, socios, clientes, proveedores, que en su mayoría son hombres y tienen que contar con ellos para poner en marcha su negocio.

“Lo que sí es cierto es que las mujeres cuando nos metemos a hacer algo lo hacemos mejor que los hombres, el tesón muchas veces es por no quedar en ridículo por no quedar en evidencia... yo pienso que el prurito ese, lo tenemos más las mujeres que los hombres, los hombres se da por supuesto que su trabajo es la calle que tiene que hacer una serie de cosas, mientras que las mujeres tradicionalmente no, siempre te están valorando” (E3)

Entre los obstáculos de las mujeres en el desarrollo de la carrera profesional, hay que tener en cuenta también factores internos, que surgen como consecuencia básicamente del proceso de socialización diferencial y la cultura de la sociedad en cuanto a los diferentes papeles de hombres y mujeres. Estos son factores actitudinales que incluyen autolimitaciones desarrolladas por las mujeres en general, que afectarán negativamente al desempeño de su función directiva. Se puede constatar en algunos discursos de las empresarias lo que Grimwood y Popplestone (1993) denominan como carencia de confianza en sus propias habilidades, que proviene tanto del proceso de socialización, que las anima a volcarse en los demás más que en sí mismas, como de lo poco que se las considera en el puesto de trabajo, lo que les hace dudar de sus propias capacidades.

“La verdad es que la gente llega aquí y cuando te ven así se esperan un hombre, o cuando vienen a alguna cosa te dicen yo quiero hablar con el gerente, pues soy yo, dicen ¿a tu ¿ Además te dan cada palo, porque aun te ven que no sabes un montón de cosas y es verdad porque no sabes un montón de cosas, te queda mucho por aprender” (E8).

La falta de confianza algunas veces les frena a la hora de tomar algunas decisiones, les limita al asumir ciertas responsabilidades o les hace ser menos competitivas en sus actuaciones. No obstante, en general, les estimula para mejorar su capacidad directiva, aprendiendo de experiencias pasadas, observando a las personas que les rodean e intentando incrementar su formación. Son conscientes de sus limitaciones y si algo ignoran tratan de aprenderlo, de asesorarse de contar con personas que saben más que ellas.

Del mismo modo, estos obstáculos les hacen ser cautas con los objetivos de la empresa, se marcan metas

alcanzables y concretas que puedan ser conseguidas con el personal y con los medios que cuentan, sin arriesgar demasiado en sus actuaciones y contando con las limitaciones de su entorno. Pretenden continuar con su actividad, consolidándola y crecer, en la medida de lo posible, poco a poco en aquellas actividades que ellas conocen, también pretenden seguir generando en el futuro las mismas oportunidades para todas las personas de la organización. Tienen expectativas de ampliar su negocio hacia actividades afines, o a otros mercados pero con cautela, pagando salarios justos, cuidando el medio ambiente, cumpliendo la legislación vigente, mejorando su localidad. En todo caso ven necesario mejorar los servicios y la competitividad empresarial en la Comunidad Andaluza porque supone una gran limitación para la buena marcha de su negocio..

“Que algo que tú has creado, trabajando lo que no está escrito, lo que pasa es que hay que sacarlo así... dando pasos poquito a poco pero que vayan siendo seguros a mi me hace falta que haya un molino por lo menos en Andalucía que nos abastezca a todos porque es un problema grande” (E6).

Por último, podemos señalar que al observar el comportamiento en el desempeño de la función directiva de las empresarias objeto de estudio, hemos podido constatar en su actuación un trato igualitario hacia las mujeres, no teniendo en cuenta el género a la hora de contratar al personal sino la capacidad para desempeñar las funciones. Sin embargo, siendo conscientes del deterioro del mercado de trabajo femenino, discriminan positivamente a las mujeres y algunas de ellas se decantan por la contratación femenina. Creen que las personas tienen diferentes rendimientos en la empresa pero que estas diferencias no se deben al género, en todas sus empresas tienen hombres y mujeres contratadas. Esta manera de pensar, a la hora de contratar y en las relaciones diarias con los trabajadores de la empresa, ayuda al empleo de las mujeres en estas zonas rurales y puede suponer un cambio en el contexto organizacional de las empresas y, en definitiva, un cambio de mentalidad en la sociedad donde se localizan esas empresas.

10. Conclusiones

En este artículo hemos tratado de analizar la situación de las mujeres empresarias en el mundo rural, centrán-

donos en las motivaciones que tienen a la hora de poner en marcha su idea y en cómo, a la hora de desarrollar la empresa, presentan características distintas en la forma de dirigir y gestionar la misma y logran además un desarrollo de la zona en la que se encuentran.

A partir del estudio realizado podemos destacar que la principal motivación que las mujeres encuentran para constituirse como empresarias deriva de su situación laboral y porque entienden que es una forma de desarrollar su zona y crear empleo. Además, ven a la empresa como algo suyo, algo ilusionante y que les supone una gran satisfacción cuando comprueban que su idea está empezando a dar frutos.

Otro aspecto muy importante es que asumen grandes cargas familiares derivadas del rol maternal/familiar del que no se han podido o no se han querido desvincular. Esto las lleva a tener que hacer frente a una sobreactividad a veces demasiado grande. Sin embargo, esto no es óbice para que ellas sigan apostando fuerte por su empresa y sigan realizando todos los esfuerzos necesarios para lograr el mantenimiento e, incluso a veces, el crecimiento de la misma.

Por último, al desarrollar la función directiva en su empresa, se pone de manifiesto que la mujer ejerce un liderazgo transformacional y que, por tanto, sus organizaciones se caracterizan por ser muy aplanadas,

participativas, flexibles y abiertas a cualquier aportación de los trabajadores, característica ésta que las hace adaptarse fácil y rápidamente a los cambios del entorno, lo que es bastante importante en los entornos actuales tan turbulentos. Del mismo modo, en la cultura de sus organizaciones se consideran importantes ciertos valores que no lo son para la dirección de otras organizaciones, tales como las relaciones interpersonales, lo que permite una diversidad cultural y social mayor en las empresas y un trato más igualitario.

Sin embargo, se enfrentan todavía a grandes limitaciones para el crecimiento de su negocio que se derivan fundamentalmente de los problemas de tipo económico y también, en algunos casos, del escaso apoyo institucional que se da en las zonas al desarrollo de otras actividades distintas de las tradicionales que supongan, indirectamente, una mejora de sus oportunidades empresariales.

No queremos finalizar esta exposición sin poner de manifiesto que somos conscientes de que el análisis realizado se ha enfocado únicamente en la zona de la provincia de Jaén y que los resultados obtenidos deberían ser contrastados con experiencias similares del resto de las provincias andaluzas aunque, si bien no tenemos suficiente evidencia empírica, creemos que los resultados que se podrían obtener en estos casos probablemente estarían en la misma línea que los que aquí presentamos.

Bibliografía

BEL, P. (1997): *Las cooperativas agrarias en España*, CIRIEC-España. Valencia.

BERICAT, E. Y CAMARERO, M. (1994): *Trabajadoras y trabajos en la Andalucía rural, situación socio-laboral de la mujer rural en Andalucía*, Instituto Andaluz de la Mujer.

BIRLEY, S. WESTHEAD, P. (1994): "A Taxonomy of Business Start-up Reasons and their Impact on Firm Growth and Size", *Journal of Business Venturing*, vol. 9, nº 1.

BRENNER, O. C.; PRINGLE, C. H.; GREENHAUS, H. (1991): "Perceived Fulfillment of Organizational Employment Versus Entrepreneurship: Work Values and Career Intentions of Business College Graduates", *Journal of Small Business Management*, vol. 29, nº 3, pp. 62-74.

BROZEN, Y. (1954): "Determinants of Entrepreneurial Ability", *Social Research*, nº 21.

COMUNIDADES EUROPEAS (1994): "Resolución sobre la contribución de las cooperativas al desarrollo regional". *Diario Oficial de la Comunidad Europea (DOCE)*, nº C 61, del 11 de febrero de 1994.

COM. CEE (1998): *El futuro del mundo rural*, Bruselas.

CUERVO, A. (1997): "Empresarios y directivos", *Economistas*, nº 73, pp. 46-55.

GARTNER, W. B. et al. (1989): "A Taxonomy of New Business Ventures", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 14, nº 1.

- GENESCA, E. Y VECIANA, J. M. (1984): "Actitudes hacia la creación de empresas", *ICE*, Julio, pp. 147-155.
- GRIMWOOD, C; POPPLESTONE, R. (1993): *Women, Management and Care*, Mc. Millan, Londres.
- INSTITUTO DE LA MUJER (1990): *Oportunidades y obstáculos en el desarrollo profesional de las mujeres directivas*, Studia S. A., Instituto de la Mujer, Ministerio de Asuntos Sociales.
- JANSMA, D. J., et al (1981): "Rural Development: a Review of Conceptual and Empirical Studies", en Martin, L. R. (Ed.): *Economics of Welfare, rural development and natural resources in agriculture, 1940's to 1970's, Survey of Agricultural Economics Literature*. University of Minnesota Press, Minneapolis.
- LAFUENTE, A. y SALAS, V. (1989). "Types of Entrepreneurs and Firms: the Case of New Spanish Firms", *Strategic Management Journal*, vol. 10, nº 1.
- LOUTFI, M. (1991): "Configuración y postulados básicos del trabajo por cuenta propia en Europa", *Revista Internacional del Trabajo*, vol. 110, nº 2, pp. 153-174.
- MARDOMINGO, E. (1994): "Los jefes del siglo XXI serán jefas", *Ranking*, febrero, pp. 41-45.
- MIN, P. G. (1984): "From White-Collar Occupations to Small Business: Korean Immigrants' Occupational Adjustment", *The Sociological Quarterly*, 25, verano.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (1998): *Hechos y cifras del sector agroalimentario 1998*, Madrid: Secretaría General Técnica, pp. 22-31
- MINTZBERG, H. (1991): *Mintzberg y la dirección*, Díaz de Santos.
- NORTH, D. C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge (U. K.): Cambridge University Press.
- OCDE (1986): *Gestión pública rural*, París.
- PULIDO, J. I. (1999): "El desarrollo rural en la provincia de Jaén", Observatorio Económico de la Provincia de Jaén, Diputación Provincial de Jaén, nº 34, pp. 119-173.
- ROSENER, J. B. (1990): "Ways Women Lead", *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre, pp. 119-125.
- SÁNCHEZ-APELLANIZ, M. (1997): *Mujeres, dirección y cultura organizacional*, CIS.
- SEXTON, D. L.; Bowman-Upton, N. (1990): "Female and Male Entrepreneurs: Psychological Characteristics and their Role in Gender-Related Discrimination", *Journal of Business Venturing*, vol. 5, nº 1, pp. 29-36.
- SMITH, N. R. (1967): *The Entrepreneur and his Firm: the Relationship Between Type of Man and Type of Company*, East Lansing: Michigan State University, Bureau of Business and Economic Research.
- STAKE, R. E. (1994): "Case Studies". En Denzinger, N. K. Y Lincoln, Y. S. (Eds.): *Handbook of Qualitative Research*, Sage Publications, Thousand Oaks, pp. 236-247.
- STANDWORTH, M. J. K.; CURRAN, J. (1973): "Management Motivation in the Smaller Business". *Epping* (U. K.); Gower Press.
- VÁZQUEZ, A. (1993): *Política económica local*, Madrid, Pirámide.
- VÁZQUEZ, A. (1999): *Desarrollo, redes e innovación*, Madrid, Pirámide.
- VECIANA, J. M. (1999): "Creación de empresas como programa de investigación científica", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, nº 3, pp. 7-35.
- YOUNG, F. V. (1971): "A Macrosociological Interpretation of Entrepreneurship", en P. Kelby (ed.): *Entrepreneurship and Economic Development*, Nueva York: Free Press.

Anexo I. ENTREVISTAS REALIZADAS

Entrevistas	Actividad	Fórmula jurídica
E1	Turismo rural	Autónoma
E2	Fabricación de aceite de oliva	Sociedad cooperativa
E3	Fabricación de pinturas y barnices	Sociedad limitada
E4	Enseñanza secundaria de formación técnica y profesional. Actividades de contabilidad y asesoría fiscal	Autónoma
E5	Fabricación de conservas de frutas y hortalizas	Sociedad cooperativa
E6	Avicultura	Autónoma
E7	Preparación y conservación de frutas y hortalizas	Sociedad cooperativa
E8	Turismo rural	Sociedad limitada
E9	Actividades industriales de limpieza	Autónoma
E10	Fabricación de pan y productos de panadería	Autónoma