

# Emprendimiento femenino rural indígena: el hotel Taselotzin, Cuetzalan, Puebla

Tapia Villagómez, Ivonne

2017

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/3867>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

## **Emprendimiento femenino rural indígena: el hotel Taselotzin, Cuetzalan, Puebla**

### **Indigenous rural female entrepreneurship: The Taselotzin hotel, Cuetzalan, Puebla**

#### *Resumen*

Los emprendimientos de las mujeres indígenas del medio rural en México, tienen como principal motor la necesidad económica, la cual no ha sido satisfecha del todo por el jefe de familia, como tradicionalmente se había hecho. Estos negocios se han caracterizado porque se constituyen por formas colaborativas de trabajo a partir del reconocimiento de lo que las mujeres, por generaciones, han hecho dentro de sus hogares. Esta investigación fue de tipo descriptivo-cualitativo, utilizó el paradigma interpretativista, aplicó el método inductivo, la técnica documental y la entrevista de panel *in situ*, fichas de trabajo y un cuestionario semiestructurado, el método para seleccionar a las informantes fue no probabilístico por conveniencia. Se entrevistaron a 4 mujeres asociadas con la administración del Hotel Taselotzin y para el análisis se utilizó el software denominado ATLAS-ti, las categorías de análisis fueron: Negocio propio, toma de decisiones del negocio propio y capacitación. Algunos de los hallazgos fueron: Los productos que fabrican las mujeres y que comercializan han surgido de su propia cultura, por ejemplo, las artesanías, la herbolaria, el temazcal, entre otros. Las mujeres son las que toman las decisiones del negocio, para asignar funciones y determinar la aplicación de los recursos financieros, con base en la estructura organizacional que se tiene. Para gestionar el negocio han recibido capacitación para la administración de empresas, registro de marca, diseño de bordados, corte y confección de camisas, comercialización de productos, así como aspectos relacionados con el distintivo M, derechos de la mujer, entre otros.

Palabras clave: Emprendimiento social, negocio, estructura, decisiones.

#### *Abstract.*

*The endeavors of indigenous women in rural areas in Mexico, have as their main motor economic need, which has not been fully met by the head of the family, as has traditionally been done. These businesses are constituted of collaborative forms of work based on the recognition of what women have done for generations within their homes. This research was descriptive-qualitative, used the interpretive paradigm, applied the inductive method, the documentary technique and the panel interview in situ, work- sheets and semi-structured questionnaire. The method to select the informants was not probabilistic for convenience. Four women associated with the administration of the Taselotzin Hotel were interviewed and for the analysis the software called ATLAS-ti was used. The categories of analysis*

*were their own business, their own business decision making and training. Some of the findings were: the products that women manufacture and market have emerged from their own culture, for example handicrafts, herbalism, temazcal, among others. Women are the ones who make business decisions, assign functions and determine the application of financial resources, based on the organizational structure that is available. To manage the business, they have received training to manage companies, register the brand, design embroidery, cut and make shirts, market products, as well as aspects related to the "M" badge, women's rights, among others.*

*Keywords: Social Entrepreneurship, business, structure, decision.*

Autores:

Dra. Ivonne Tapia Villagómez

Mtra. Elena del Sagrado Corazón Limón Ríos

Mtro. Fernando García González

Correos:

ivonne.tapia@iberopuebla.mx

elenadelsagrado.limon@iberopuebla.mx

fernando.garcia.gonzalez2@iberopuebla.mx

Institución y dirección:

Universidad Iberoamericana Puebla

Boulevard del Niño Poblano 2901, Reserva Territorial Atlixcáyotl, CP. 72820, San Andrés Cholula, Puebla

Teléfono: 01 222 372 3000

Mesa de Trabajo: 2

Temática: Gestión de conocimientos

## **INTRODUCCIÓN**

En México, los cambios en el rol de género que ejerce la mujer en los hogares surgen a partir de la década de los sesentas, pero a diferencia de las zonas urbanas en donde sus principales causas son la profesionalización y la inserción laboral, en el ámbito rural, en algunos casos, la carencia de recursos económicos en el hogar debido a que el jefe de familia no provee con la suficiencia económica. Lo anterior se ha generado por el cambio climático en la Sierra Norte de Puebla y la alteración de los ciclos de cultivo, empero ha sido motivo para que las madres de esos hogares se asocien y emprendan negocios

propios. Estas organizaciones son dirigidas por mujeres en las cuales el hombre asume roles operativos y no participa en la toma de decisiones claves o estratégicas. En algunas ocasiones, estas mujeres pertenecieron a organizaciones dirigidas por hombres que las excluyeron o limitaron por usos y costumbres en la toma de decisiones estratégicas, además de que sufrieron de una injusta repartición de las utilidades de las artesanías que comercializaban.

## **BASE TEÓRICA**

### **EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL**

El empoderamiento de las mujeres rurales en nuestro país tiene varias aristas, por ejemplo, algunos autores (CEDRSSA, 2014; Garay, 2015; López Guerra, *et al*, 2017) mencionaron que es consecuencia del interés de estas mujeres por satisfacer las necesidades básicas de su hogar, lo que ha generado un cambio en el rol económico, al ser ellas, algunas veces, el miembro de la familia que más aporta económicamente y quien decide en qué y cómo se aplicarán estos recursos económicos. El origen de los recursos económicos es el emprendimiento de un negocio propio con base en los recursos del agro a falta del acompañamiento de su pareja masculina por motivos de fallecimiento, ruptura de la relación sentimental o por la migración de este. A este fenómeno de incorporación de la mujer rural en la agricultura y otras actividades del agro, se le ha denominado “feminización del campo o de la agricultura”.

En el mismo orden de ideas, la mujer rural no solo se ha empoderado económicamente, también lo ha hecho en la arena política, llevando a cabo acciones colectivas con otras mujeres en beneficio de su comunidad y logrando algunos escaños políticos. Lo anterior ha contribuido a su proceso de empoderamiento personal, económico y político-social (Vázquez, Mortera, Rodríguez, Martínez y Velázquez, 2013; Soler, *et al*, 2014). El empoderamiento de la mujer rural se relaciona con variables como el grado académico, la inversión en negocios, la dedicación al comercio, alto grado de disposición para el trabajo comunitario, satisfacción al ejercer el trabajo remunerado, entre otras (Vázquez *et al*, 2013).

El empoderamiento puede ser considerado como un proceso en que cual se logra control sobre sí mismo, sobre las creencias, los recursos económicos y materiales. El proceso se gesta y crece la autonomía en la toma de decisiones, además de generarse cambios hacia sí mismo y en el ámbito social (Vázquez, Castañeda, Cárcamo y Santos, 2016). De manera específica, el empoderamiento de las mujeres ha sido principalmente, consecuencia de las acciones de organizaciones de mujeres del Tercer Mundo y de la búsqueda de movimientos feministas (Moser, 1991 y Batliwala, 1993 citado en Vázquez *et al*, 2016).

En este sentido, una estrategia del empoderamiento femenino es la asociación y acción colectiva de las mujeres para comprender y desarraigar la idea de que la dominación masculina es inevitable e irreversible, para, de esta manera romper las cadenas de la subordinación de la mujer frente al hombre. Este proceso se acompaña de la capacitación en temas de género y educación reproductiva, no es lineal porque tiene gradientes, avances y retrocesos, pero lo importante es la continuidad y el compromiso de las mujeres.

Con relación a lo anterior, el empoderamiento se consolida con la presencia y cohesión del grupo al lograr “productos de poder institucional” (Kabeer, 1994 citado en Vázquez *et al*, 2016), negociar de manera colectiva con espacios institucionales, por ejemplo el Estado (León, 1997 citado en Pérez, Vázquez y Zapata, 2008) e incluso, cuando se llega a influir en la transformación de estructuras e instituciones que apoyan la discriminación de género (Batliwala, 1997 citado en Pérez, Vázquez y Zapata, 2008). De acuerdo con Rowlands (1997 citado en Pérez, Vázquez y Zapata, 2008) el proceso de empoderamiento tiene tres dimensiones; la personal, la colectiva y las relaciones cercanas. La primera abarca los avances en el ámbito de la mujer como persona; la segunda, de la organización a la que pertenece; y la tercera, a las relaciones que establece con su familia.

Sin embargo, los autores de esta investigación consideran que el empoderamiento de la mujer rural indígena en México, no siempre es consecuencia de la carencia de la pareja masculina, los hallazgos de investigaciones de campo demostraron que los emprendimientos de mujeres rurales indígenas en comunidades del Estado de Veracruz, se llevan a cabo de común acuerdo con su pareja masculina, lo cual contraviene algunas otras investigaciones cuya condición *sine qua non* para la feminización del campo es la carencia de hombres por migración, muerte o separación.

Los emprendimientos sociales como estructuras productivas tienen una impronta de beneficio social, y en este sentido, se puede afirmar que son formas alternativas de empresa dentro de un capitalismo neoliberal que cobija a las organizaciones orientadas al lucro, a la acumulación de capital y que han de enriquecer a unos cuantos, originando la polarización entre la ciudad y el campo. En contrasentido, en los emprendimientos sociales se fomenta el trabajo cooperativo y la toma de decisiones de manera consensuada o democrática, los socios son a la vez los trabajadores, y estos determinan cómo y en qué se aplicarán los beneficios y se distribuirán las ganancias. Además, utilizan técnicas administrativas que contribuyen a la sostenibilidad y la sustentabilidad del emprendimiento.

Las características del emprendimiento social, después de la revisión de algunos autores (Palacios, 2010; Kliksberg, 2011; Alonso, González y Nieto, 2015; Rodríguez y Flores, 2016) son las siguientes:

1. El germen embrionario del bien social; 2. Un cambio social sostenido, lo que implica: a) La sostenibilidad de la organización (independencia financiera y rentabilidad) y b) La consecución del cambio social de manera continua; 3. El mejoramiento de las condiciones de por lo menos un grupo; 4. El uso de métodos y técnicas de gestión; 5. La posibilidad de nuevos emprendimientos, eliminando con ello la co-dependencia; 6. Se considera que el emprendimiento social se gesta como parte de una dinámica en la cual se genera y socializa el conocimiento, los agentes del cambio y además se fortalece el capital social de sus miembros.

## **METODOLOGÍA**

La investigación se llevó a cabo el 29 de junio de 2018 en el Hotel Taselotzin en el municipio de Cuetzalan del estado de Puebla. Se utilizó el paradigma cualitativo, de corte interpretativista, por lo tanto, se recurrió al método inductivo, las técnicas que se utilizaron fueron la documental y la entrevista de panel o grupo de discusión *in situ*, el instrumento fue el cuestionario semi-estructurado y el procedimiento de muestreo fue no probabilístico a juicio de los investigadores con base en su experiencia, mediante un consenso de los mismos. Los informantes fueron 4 mujeres que forman parte de la empresa de responsabilidad social del hotel referido, las entrevistadoras fueron investigadoras ya que se consideró pertinente que no fueran hombres, dada la perspectiva de género de las administradoras del hotel. Para procesar los datos se utilizó el *software ATLAS-ti* y el procedimiento fue el siguiente: antes de realizar la investigación de campo se determinaron las categorías con base en la revisión literaria y la experiencia de los investigadores, posteriormente se llevó a cabo una lectura analítica de la transcripción de la entrevista, se codificó, identificando las subcategorías. A continuación, se ingresaron los datos en el *software* para su análisis, a partir de esto se generó la tabla de co-ocurrencia y las redes semánticas. Para fines de esta etapa de presentación de resultados, solo se llevaron a cabo las redes de las categorías de negocio propio, rango de toma de decisiones del mismo y capacitación. El objetivo de la investigación fue describir el empoderamiento rural indígena femenino en el hotel Taselotzin.

## **RESULTADOS**

Después de analizar los datos relacionados con las categorías de emprendimiento social, se generó la red semántica de la categoría de negocio propio, la cual se presenta a continuación con sus subcategorías:

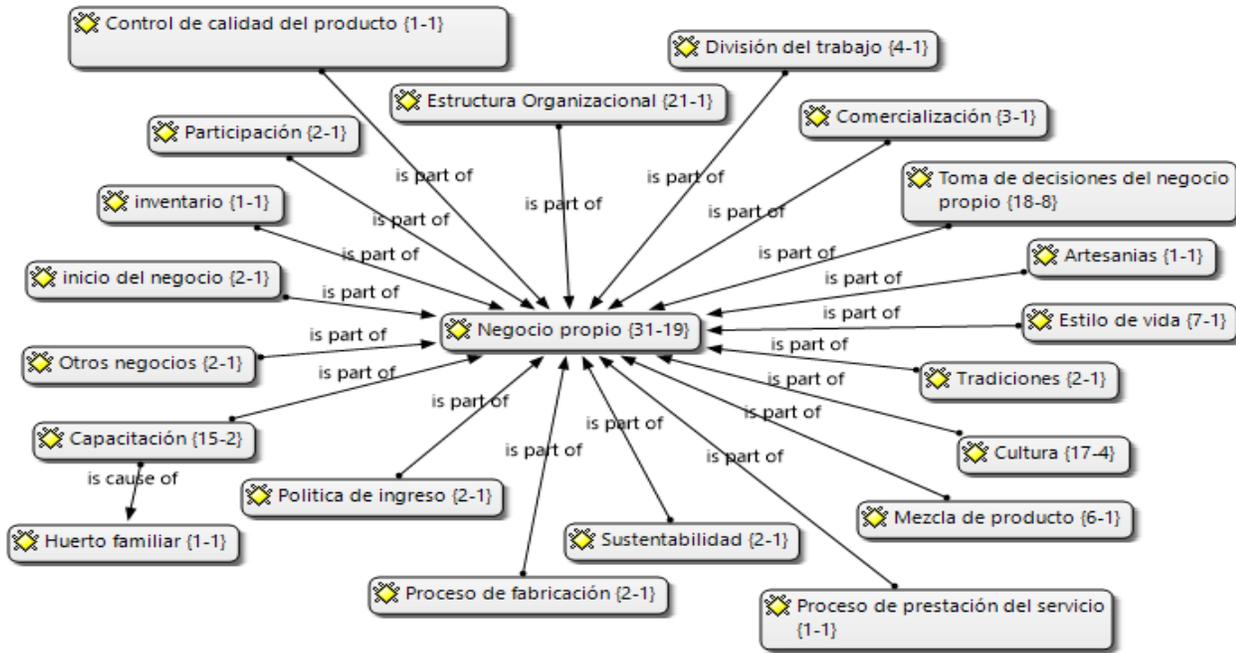


Figura 1. Red semántica de la categoría de negocio propio.  
Fuente: elaboración propia.

#### Análisis de co-ocurrencias.

Además de diseñar la red semántica de negocio propio, que se desarrolló mediante el *software ATLAS-ti*, se realizó un análisis entre sus categorías y subcategorías para determinar la co-ocurrencia entre ellas, es decir, las cantidades que resultan del cómputo del número de veces que dos o más unidades léxicas están presentes contemporáneamente en los mismos contextos elementales o sea en la entrevista.

Dentro de esta categoría se pudo apreciar cómo se desarrolla su proceso de toma de decisiones colectivas en relación con los servicios brindados en el hotel, la confección de camisas, prendas bordadas, artículos herbolarios y sus medios de comercialización. Así mismo en la adquisición de un predio contiguo al hotel, con el objetivo de conservar la flora de la zona, que coadyuva en sus actividades de herbolaria y medicina tradicional.

Con base en lo anterior, se identificó que la relación más fuerte de esta categoría fue con la subcategoría de estructura organizacional (0.63, en una escala de 0 a 1) porque se observaron 21 comentarios de ésta respecto a las del negocio propio. La estructura organizacional se refirió al proceso de ingreso a la organización estudiada, las responsabilidades y funciones del puesto de las mujeres que trabajan en el hotel Taselotzin, las actividades que realizan los hombres y el procedimiento de sucesión para administrar el hotel.

A continuación, se presentan algunos fragmentos de la transcripción de la subcategoría de estructura organizacional:

Ivonne: para entrar a la organización comentaba que ¿no hay un requisito especial?

Daniela: antes no pero ahorita ya, sí.

Ivonne: ¿Qué requisitos son?

Daniela: primero, primero debe...(inaudible) debe presentarse en su comunidad con el grupo, ir a, ir a hablar, si aceptamos o no aceptamos, entonces de ahí ya le decimos que sí, ya cuando hace la asamblea aquí, ya se viene a presentar y entrega su acta de nacimiento, su copia de credencial, su CURP, ya lo entregan aquí en la organización, entonces ya se registran...(inaudible).

Ivonne: ¿cuál es la relación que tienen con el hotel? Porque aquí venden sus prendas.

Todas: (inaudible y risas).

Juanita: pues, antes que nada, buenos días, mi nombre Juana María Nicolás Chepe, soy la responsable del Hotel Taselotzin, nuestra organización lleva 33 años que estamos trabajando como organización Masehual Siuamej, nuestras compañeras son ellas nuestras dirigentas, les están preguntando pero dicen que les falta para contestarlas, ellas son las directivas de cada comunidad, son del Consejo de Mujeres a nivel regional, este...este somos 6 comunidades que estamos trabajando, estamos este (inaudible) San Miguel Zinacápan (inaudible) Tepextla, de esas 6 comunidades tienen sus directivas, tienen su consejo a nivel regional y tienen sus directivas de cada comunidad.

En contraste, las relaciones más débiles (0.30) fueron con las subcategorías: artesanías, control de calidad del producto, estilo de vida, huerto familiar, inicio del negocio, inventario, participación y proceso de prestación de servicios, sustentabilidad y tradiciones, porque la frecuencia del comentario fue de solo una vez.

En el mismo orden de ideas, pero respecto a la nueva categoría de rango de toma de decisiones del negocio propio, la red semántica es la siguiente:

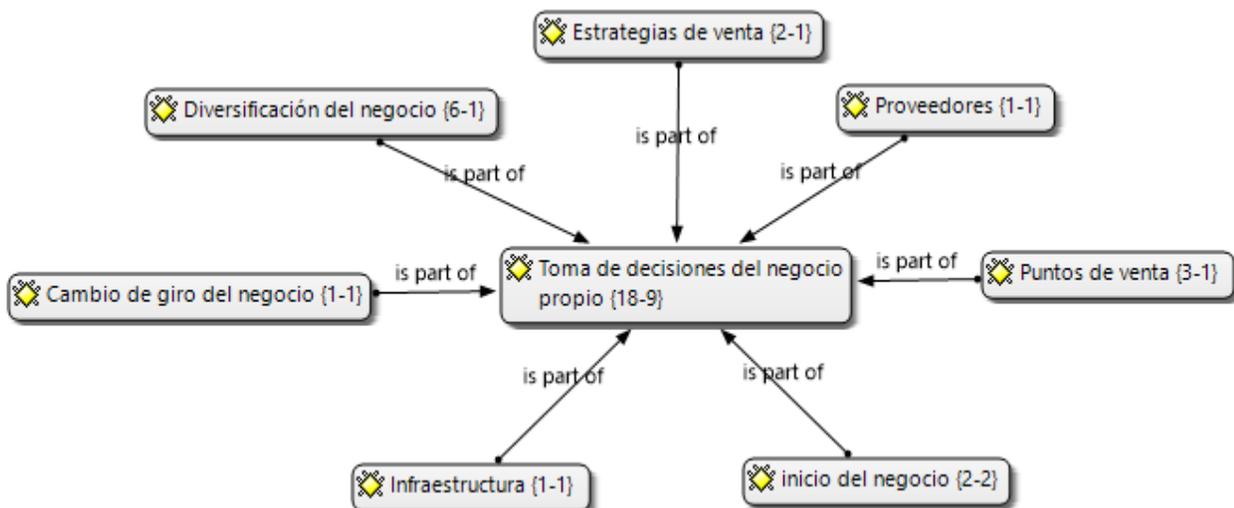


Figura 2. Red semántica de la categoría rango de toma de decisiones del negocio propio.  
Fuente: elaboración propia.

### Análisis de co-ocurrencias.

Además de diseñar la red semántica de rango de toma de decisiones del negocio propio, se desarrolló mediante el *software* referido, un análisis entre sus categorías y subcategorías para determinar la co-ocurrencia entre ellas.

La relación más fuerte (0.33) fue entre la categoría rango en la toma de decisiones del negocio propio y la subcategoría de diversificación del negocio ya que se observaron 6 comentarios. La diversificación del negocio se manifestó cuando se construyó dicho hotel además del negocio original que fueron las artesanías. Actualmente se están gestando dos cooperativas más, una relacionada con las artesanías y la otra con la producción y comercialización de herbolaria tradicional.

Se observó que la toma de decisiones colectivas fue enfocada a la diversificación, la cual mejoro la comercialización de sus productos y servicios, trayendo beneficios económicos a las familias integrantes de las cooperativas. Lo anterior contribuyo a generar una estrategia fiscal para que el hotel no asumiera las cargas fiscales por la comercialización de otros productos no relacionado con su giro y estos fueran contabilizados en las nuevas cooperativas.

La mencionada diversificación genero una profesionalización en la administración de las cooperativas, un desarrollo sustancial en la calidad de sus productos y servicios, la ampliación de su infraestructura y un manejo adecuado de sus proveedores

Algunos fragmentos de las transcripciones relacionados con la subcategoría de diversificación del negocio propio fueron:

Ivonne: ¿cuál es la relación que tienen con el hotel? Porque aquí venden sus prendas.

Todas: (inaudible y risas).

Juanita: pues, antes que nada, buenos días, mi nombre Juana María Nicolás Chepe, soy la responsable del Hotel Taselotzin...estamos trabajando, ya tenemos este...una nueva proyecto que digamos, es nueva cooperativa de parte de la organización, de la cooperativa de las artesanías porque estuvimos manejando junto con todos los proyectos artesanía, medicina, el hotel pero a veces nos piden nuestro clientes que quieren factura, y entonces pues nosotros como hotel,

Ivonne: ¿van a registrar la marca?

Juanita: si, y también de (inaudible) tenemos que ponerlos (inaudible), nada más ahí están esperando el acta constitutiva de la cooperativa, sí, porque el hotel es otra característica, pero el hotel todavía estamos manejando sobre su registro de la organización (inaudible) entonces la mamá

Ivonne: usted lo dice tan facilito

Juanita: es la mamá y ya el hijo el hotel porque ese no tiene dinero, o sea ya el hijo; ahora las artesanías que va a ser su hija, si porque las artesanías van un poquito lento para vender muchas artesanías, entonces va a ser este su hija, entonces vamos a trabajar así por eso les digo que ya lo (inaudible) otra nueva cooperativa, y este esto es para vender (inaudible) y también la medicina tradicional otro hijo también estamos también, estamos manejando ahora las actividades que se hacen también es (inaudible) el temazcal es otra actividad también y este, este llevamos cada cosa su administración, no llevamos juntos.

Fernando: ¿hacen la cooperativa por cada uno de los proyectos?

Juanita: si, si así

Fernando: y con el notario y todo

Juanita: si, se va dividiendo las actividades.

Vladimir: las tinturas, los aceites, las pomadas, todo eso lo hacen aparte.

Juanita: esa medicina artesanal es una parte, el hotel es otra parte, y la organización es aparte, todo llevamos aparte las administraciones.

Ivonne: pero aun así entre organizaciones, entre cooperativa y cooperativa se fusionan

Juanita: se juntan, se ayudan entre todos.

En contraposición con la relación entre rango en la toma de decisiones con la diversificación del negocio propio, el rango en la toma de decisiones del negocio presentó su relación más baja con la subcategoría de capacitación con (0.03), por lo cual se puede concluir que la mención de la capacitación fue muy escasa.

En el mismo orden de ideas, pero respecto a la categoría de rango de toma de decisiones del negocio propio, la red semántica es la siguiente:

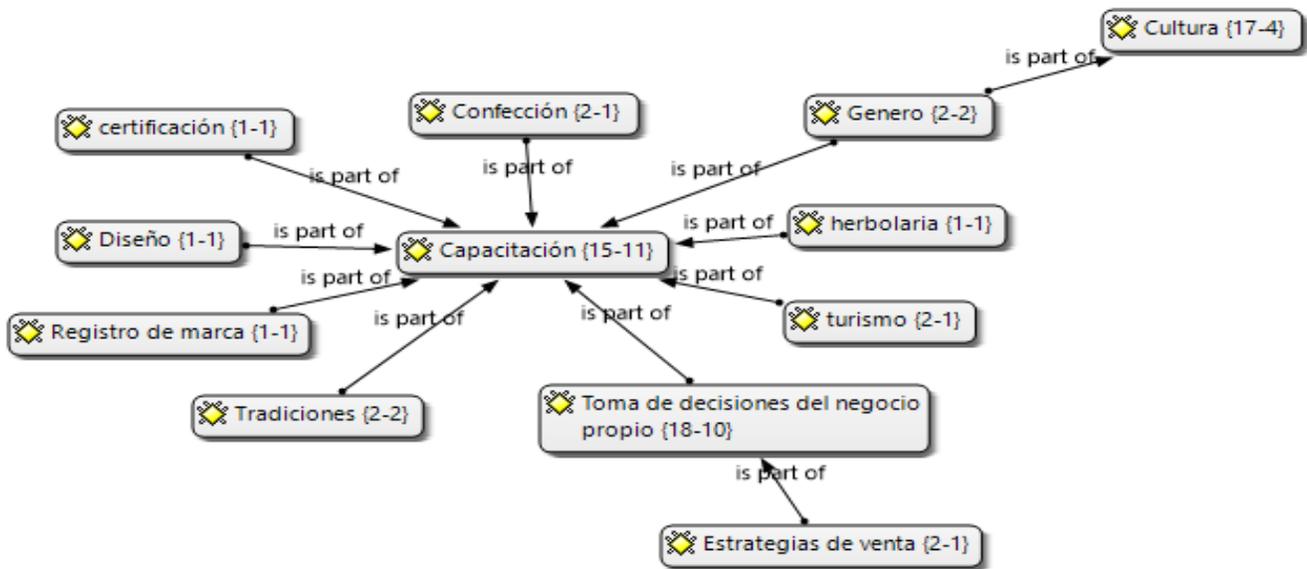


Figura 3. Red semántica de la categoría capacitación.  
Fuente: elaboración propia.

#### Tabla de co-ocurrencia.

Las relaciones más fuertes de la categoría de capacitación se presentaron con las subcategorías de a) confección de prendas; b) temas de género y; c) turismo (co-ocurrencia del 0.13, en una escala de 0 a 1, en los tres casos), es decir, que en la entrevista las mujeres mencionaron más veces las subcategorías antes referidas cuando se trató el tema de capacitación.

La relación con menos fuerza fue con la subcategoría de cultura (0.03), es decir que en la entrevista se mencionó menos veces la subcategoría de cultura al referirse al tema de capacitación. La relación entre capacitación y cultura se generó porque se observó que las nuevas generaciones muestran poco interés en continuar con las tradiciones, por ejemplo, el tejido de cintura y bordado. Las jóvenes han preferido estudiar y realizar diversas actividades a continuar con sus tradiciones culturales.

Algunos fragmentos de las transcripciones relacionados con la subcategoría de capacitación fueron:

Ivonne: ¿cursos de qué? ¿de bordado?

Yolanda: o sea que nosotros hacemos el bordado y solo nos enseñan cómo armarlo, cómo hacer una blusa para que tenga buenas terminaciones para que no se vea así, así tan asobronada, ora si, para que se vea bien...

Ivonne: ¿vienen de algún lugar estas personas a darles los cursos?

Yolanda: si, si.

Ivonne: ¿de qué lugar vienen?

Yolanda: pues vienen de México.

Ivonne: ¿de alguna organización en especial?

Yolanda: yo creo que si porque son de Corazón Verde.

Ivonne: ¿esto es algo habitual? ¿ustedes ya tienen pactado que vengan estas personas, y en estas fechas que dicen de diciembre, mayo? ¿ya saben que van a venir ellos (inaudible)?

Yolanda: la de corazón verde si, es lo que estamos platicando, que si vemos que ... (inaudible) le vamos a seguir... (inaudible)...

Ivonne: ¿y ya en otro sentido usted cómo se siente al poder tener esta capacidad de poder genera sus propios recursos sin necesidad de que haya un hombre que la apoye y hay otra manera y ustedes están tomando sus decisiones, son autosuficientes y como inspiran también a otras mujeres?

Juanita.- bueno este, yo pienso este, nosotros pensamos que si se puede hacer el trabajo porque este como decían la compañera Petra... porque este como les decía pues tomamos decisiones nosotros como mujeres indígenas, porque de hecho hemos tomado capacitaciones, las compañeras ellas saben más cuales son los derechos de las mujeres indígenas, por que Doña Dany, ella está con las compañeras del cambio ellas están tomando cursos de capacitación sobre la violencia...

Juanita Chepe: ...Al inicio pues difícil fue porque sabíamos que somos de las comunidades que es diferente que unos manejamos que no lo conocemos, entonces ahí fuimos aprendiendo cursos, capacitaciones, en parte del turismo también ellos nos han dado capacitaciones por parte de SECTUR (Secretaría de Turismo) de Puebla. Ellos nos han invitado a capacitaciones para que participamos todo el equipo de trabajadores y también este hemos tomado documentos descriptivos hemos metido a curso de capacitación y también este pues así hemos aprendiendo todos...

Fabiola. ¿Cuándo empezaron este proyecto del hotel, tenían ya algún conocimiento sobre la administración y la puesta del proyecto o como iniciaron?

Juanita: mmm, pues de hecho como les decía, la organización lleva 33 años, las compañeras del consejo participaba de las administraciones y llevaban las reuniones, y pues llevaban el control de las artesanías, de hecho con eso empezamos nuestra artesanías, empezamos capacitándonos de administración... y pues ahí fuimos aprendiendo de la administración, como es registro de las artesanías, porque las compañeras que traían se tenían que registrarse cada su prenda y ponerle su precio, y ahí fuimos aprendiendo...

Con base en lo anterior, algunas de las capacitaciones que recibieron las mujeres fueron en administración de empresas, registro de marca, diseño de bordados, corte y confección de camisas, comercialización de productos, aspectos relacionados con el distintivo M, además en temas de derechos de las mujeres indígenas y violencia hacia las mismas. Algunas de las organizaciones e instituciones que les han impartido los cursos son Corazón Verde, Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) de Xochimilco,

la Universidad Iberoamericana de Puebla y de México, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y Secretaría de Turismo (SECTUR).

Esta capacitación mejoro sustancialmente el desempeño administrativo de las cooperativas, el servicio en el hotel Taselotzin, las habilidades y calidad en la confección de las prendas, manejo de redes sociales, registro de marca y les ha ofrecido nuevas herramientas para generar estrategias de venta.

En el mismo orden de ideas las entrevistadas nos mencionaron que están en pláticas con diversas organizaciones con el objetivo de recibir el año próximo nuevas capacitaciones.

## **CONCLUSIONES**

A la luz del objetivo de la investigación se concluye que el emprendimiento social se originó en parte, por el cambio climático que generó un exceso de lluvias, por lo cual los hombres campesinos no pudieron sembrar, cultivar ni comercializar sus productos por largos periodos, lo cual disminuyó el flujo de ingresos en las familias. Lo anterior provocó que las mujeres de esos hogares emprendieran el negocio de producción y comercialización de artesanías y como consecuencia un incremento en el ingreso de los hogares, lo cual contribuyó a que generaran el segundo emprendimiento que fue el hotel Taselotzin, como consecuencia de la adecuada administración de los ingresos y utilidades.

La relación con mayor co-ocurrencia entre la categoría de negocio propio fue con la subcategoría de estructura organizacional, la cual evidenció que para administrar adecuadamente la organización se debieron determinar las responsabilidades, roles, requisitos ingreso a la misma, entre otros, correctamente.

El negocio propio se relaciona con la cultura porque con base en esta, las mujeres han determinado los tipos de negocios y los productos que venden en ellos, por ejemplo la producción en telares de cintura, los productos de medicina tradicional, el servicio de temazcal, etc., además de sus acciones orientadas hacia la sustentabilidad, ejemplo de esto: Es la siembra y preservación de plantas medicinales, separación de desechos en orgánicos e inorgánicos, la fosa séptica y la adquisición de áreas verdes para destinarlas a la conservación de la flora endémica.

En el mismo orden de ideas, la relación más fuerte se dio entre la categoría denominada rango de toma decisiones del negocio propio con la subcategoría de diversificación del negocio, lo cual se observó con apertura de diferentes cooperativas, tales como la relacionada con las artesanías, con la medicina tradicional y con el hotel Taselotzin, en parte, el motivo de esta diversificación fue la separación de los ingresos por rubros como una estrategia financiera-fiscal que permitió regular las operaciones contables de cada entidad económica.

Las mujeres rurales indígenas que emprenden negocios comunitarios, generalmente no tienen la capacitación administrativa ni técnica para gestionarlos, sin embargo, hay diferentes instituciones gubernamentales y de educación superior que les han provisto de capacitación de estos servicios, tales como la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) campus Xochimilco, Universidad Iberoamericana de Puebla y México, la Secretaría de Turismo (SECTUR) y Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). Los temas en los cuales se les capacitó fueron: administración de empresas, registro de marca, diseño de bordados, corte y confección de camisas, comercialización de productos, aspectos relacionados con el distintivo M, derechos de la mujer, entre otros, estos procesos de capacitación han detonado el crecimiento y la profesionalización de las cooperativas, la sustentabilidad del hotel y el mejoramiento de las condiciones de vida de las mujeres integrantes de las cooperativas.

### **Referencias**

Alonso, D., González, N. y Nieto, M. “Emprendimiento social vs innovación social” Cuadernos Aragoneses de Economía, Vol. 24, No. 1-2, 2015, 119-140.

Álvarez, Á. P., Tablada, M. E. N., & Oliva, D. K. V. (2011). Migración y ecoturismo en la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas (México). Comité Editorial Director: Agustín Santana Talavera, 9, 383.

Askvik, S. “La gerencia y el aprendizaje” Revista Gestión y Política Pública (en línea), Vol. 8, No.2, 2012, consultada el 5 de abril de 2018. Dirección de internet: [http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num\\_anteriores/](http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/)

Cediel Becerra N., Donoso Burbano N., Hernández Manzanera J., López Duarte M., Herrera Buitrago P., Moreno González C., “Empoderamiento de las mujeres rurales como gestoras de los objetivos de desarrollo sostenible en el posconflicto colombiano”. Equidad y Desarrollo. Jul-dic2017, Issue28, p61-84. 24p

Córdova, R. Acceso de las mujeres a la tierra y patrones de herencia en tres comunidades ejidales del centro de Veracruz. Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad, Vol. XXIV, 2003, 93.

Deere, Carmen Diana y Magdalena León (2000). Género, propiedad y empoderamiento: tierra, Estado y mercado en América Latina, Bogotá, Colombia: Tercer mundo Editores en coedición con el Programa de Estudios de Género, Mujer y Desarrollo, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia.

Duarte, T., Ruiz Tibana, M. Emprendimiento, Una opción para el desarrollo” Revista Scientia Et Technica, Vol. XV, No. 43, 2009, 326-331.

Fischel Volio, A. (2013). “Red Latinoamericana de Universidades por el emprendedurismo social” (en línea), 2013, consultada en internet el 28 de abril de 2018. Dirección de internet: <http://www.redunes.org/wp-content/uploads/2013/07/Congreso-Emprendedurismo-Social-Ponencia-Astrid.pdf>

Griego Ceballos, D. (2014). La lucha campesina e indígena por la defensa de la tierra y el territorio: un panorama general, MAIZ-Veracruz.

Kliksberg, B. (2011). Emprendedores sociales. Los que hacen la diferencia. Temas Grupo Editorial.

Lastarria-Cornhiel, S. (2008). Feminización de la agricultura en América Latina y África. Tendencias y fuerzas impulsoras, RIMISP, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Santiago de Chile.

López Guerra, Verónica, Rojas, Olga Lorena “Rezagos en el nivel de autonomía de las mujeres rurales mexicanas en la primera década del siglo XXI” Revista de Estudios demográficos y urbanos (en línea), Vol. 32, No. 2, 315-354, 2017, consultada en internet el 7 de abril de 2018. Dirección de internet: <https://dx.doi.org/10.24201/edu.v32i2.1644>

Maguirre Vazquez M., Ruelas Camacho G. y De la Torre García C. “Empoderamiento de la mujer a través de innovación social en empresas sociales indígenas”, Revista de Administración Mackenzie. Nov-Dec 2016, Vol. 17 Issue6, P164-190. 27p.

Martínez-Iglesias, M., Alarcón, A. A. (2013). Sociedades rurales, migración masculina y poder de negociación femenino. Rural society, male migration, and female bargaining power (Working paper). Department of Sociology, Rovira i Virgili University, Catalonia, Spain.

Melián Navarro, A., Campos Climent, V. “Emprendedurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis” REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Norteamérica (en línea), Vol. 100, 2010. Consultado el 20 de marzo de 2018. Dirección de internet: <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/19552>.

Palacios, G. “Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural” Revista Scielo (en línea), Vol. 4, No.16, 2010. Consultado el 24 de marzo de 2018. Dirección de internet: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182010000400002](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000400002).

Pérez M.A., Vázquez V. y Zapata, Emma. “Empoderamiento de las mujeres indígenas de Tabasco. El papel de los fondos regionales de la CDI” Revista Scielo (en línea), Vol.15, No.42, 2008. Consultado el 1 de octubre de 2018. Dirección de internet: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16592008000400010](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592008000400010).

Pérez Pérez I.,”Entrepreneurial rural women, economic development detoners: building collaboration – empowerment” 3C Empresas, May- ago 2018, Vol.7 Issue2, p26 -42. 17.

Rezende Freitas Barros V. y de Oliveira Melo M. “Empoderamiento o cambio de situación financiera, Un estudio con beneficiarias del programa bolsa familia”, Cuadernos de Gestao Publica e Cidadanía set-dez, 2016, Vol. 21 Issue 70, P266-283 18p.

Rodríguez, A. y Flores, E. “Análisis comparativo entre empresas de emprendimiento social vs empresas tradicionales por medio de indicadores financieros clave” Revista Vinculatégica, No. 1, 2311-2338, 2016.

Soler, P., & Planas, A., & Ciraso-Calí, A., & Ribot-Horas, A. “Empoderamiento en la comunidad. El diseño de un sistema abierto de indicadores a partir de procesos de Evaluación Participativa” Revista de Pedagogía Social Interuniversitaria, No. 24, 49-77, 2014.

Vázquez Luna, D., Mortera, D., Rodríguez, N., Martínez, M., Velázquez, M.G. (2013) “Organización comunitaria de mujeres: del empoderamiento al éxito del desarrollo rural sustentable”. Revista de Estudios de Género, la ventana (en línea) VoI. 5, 2013, consultada el 30 de marzo de 2018. Dirección de internet: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88428978011>.

Vázquez, Verónica, Castañeda. Martha Patricia, Cárcamo, Naima Jazíbi y Santos, Anayeli (2016). Género y medio ambiente en México. Una antología. UNAM, México, 2016.

Vizcarra-Bordi, I., Lutz, B., & Ramírez-Hernández, R. “El mismo fogón: migración y trabajo reproductivo femenino en comunidades mazahuas” Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, Vol. 20, No. 61, 2013, 193-218.