

DISEÑO DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA MUJERES INDÍGENAS DE LOS ESTADOS DE PUEBLA Y OAXACA

Guillermo Mejía Méndez, Instituto Tecnológico Superior de Zacapoaxtla

Lidia Munguía Inés, Instituto Tecnológico Superior de Zacapoaxtla

Laura Estefanía Hernández Galindo, Instituto Tecnológico Superior de Zacapoaxtla

RESUMEN

El emprendimiento en periodos amplios de desempleo constituye un mecanismo eficaz para fomentar el desarrollo empresarial del país. Se requiere impulsar la estructura empresarial nacional que se encuentra en un nivel incipiente y vulnerable porque la mayor proporción de empresas son micros, y pequeñas. Para las mujeres participar en la dirección y conformación de empresas es complicado. Las mujeres indígenas además de afrontar los principales problemas del emprendedor como el financiamiento y la capacitación también deben sortear un escenario de discriminación adverso por su posición de mujer y de indígena. En la presente investigación se desarrolla un modelo de emprendimiento de mujeres indígenas en los estados de Puebla y Oaxaca, para ello se utilizó el método etnográfico, con el fin de comprender las principales problemáticas de las protagonistas, pero además que tuviera utilidad para emprendimientos de otras mujeres.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Indígenas, Mujer

DESIGN OF AN ENTREPRENEURSHIP MODEL FOR INDIGENOUS WOMEN IN THE STATES OF PUEBLA AND OAXACA

ABSTRACT

Entrepreneurship in long periods of unemployment is an effective mechanism to promote business development in the country. It is necessary to promote the national business structure that is at an incipient and vulnerable level because the largest proportion of companies are micro, and small. For women to participate in the management and formation of companies is complicated. Indigenous women, in addition to facing the main problems of the entrepreneur such as financing and training, must also overcome a scenario of adverse discrimination due to their position as women and as indigenous. In the present investigation, a model of entrepreneurship of indigenous women in the states of Puebla and Oaxaca is developed, for which the ethnographic method was used, in order to understand the main problems of the protagonists, but also that it would be useful for entrepreneurship of other women.

JEL: B21, D21, D04, J21

KEYWORDS: Entrepreneurship, Indigenous, Woman

INTRODUCCIÓN

El término emprendimiento se ha asociado a la cultura empresarial, y ha cobrado mayor auge en las tres últimas décadas (Orrego 2009). Para las economías en desarrollo, el emprendimiento no sólo obedece a fomentar la cultura empresarial en todos los individuos, sino más bien en enfrentar un problema real en el ámbito privado y público como lo es la generación de empleos. Las economías de los países latinoamericanos se enfrentan a escenarios de miseria y pobreza que obliga a la gente a abandonar sus lugares de origen y emigrar hacia aquellos focos de mayor desarrollo, provocando con ello que se desperdicien de forma regional recursos y talento humano porque esta es la mano de obra más joven y se está dando el fenómeno de que además es la más calificada la que emigra. De esta realidad amarga, las mujeres por su condición llevan la peor parte. En México son frecuentes los actos de violencia hacia las mujeres, pero además en la transición de una sociedad rural a la urbana, la división natural del trabajo no ha sido superada, y las mujeres siguen realizando las actividades domésticas y el cuidado de los hijos. Aunque hay avances a partir de que las mujeres han aumentado sus niveles de escolaridad casi de manera similar que los hombres de acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2020), pero aún se reconoce que de aquellos que no estudian 6 de cada diez, son mujeres. Por otro lado, las mujeres han sido el sector más afectado por la pandemia, tanto en la pérdida del empleo, la violencia que se profundizó en el hogar durante el confinamiento, y la falta de servicios que en general prevalece en los hogares mexicanos. Las mujeres líderes en la actividad empresarial sólo representan el 16% en comparación con su contraparte masculina. Y dentro de las actividades de alta dirección ocupan el 31%. Si bien las mujeres han incursionado de manera exitosa a los negocios, el camino ha sido tortuoso. Para las mujeres indígenas las actividades emprendedoras recorren un camino de mayor dificultad, pero además deben de enfrentarse a un escenario de discriminación y olvido por ser indígenas.

Es por ello que esta investigación va dirigida a las mujeres indígenas como una forma de reconocer su esfuerzo, así como para que el público reconozca y valore su trabajo. También se proporcionan elementos de la economía y la administración, dirigidas a las mujeres, con ejemplos sencillos para tomarlos en cuenta a la hora de crear sus negocios, o bien para aquellas que ya cuentan con una microempresa los apliquen con el fin de mejorarlas.

Los modelos de emprendimientos actuales deben contemplar el acompañamiento semi-presencial haciendo uso de las redes sociales y plataformas virtuales gratuitas, en combinación con herramientas económicas y administrativas que no pueden pasarse por alto a la hora de generar algún negocio. También, estos modelos deben de proponer como acercar cursos de capacitación, ya que el principal obstáculo para estos negocios por su tamaño, son los altos costos de los cursos presenciales y la logística que requieren; aun cuando se gestionan para que sean gratuitos, implican gastar en los viáticos de los maestros y/o especialistas, pero es algo indiscutible que es un asunto prioritario mejorar la calificación y destrezas de las mujeres indígenas emprendedoras.

Este trabajo de emprendimiento se aleja de posturas poco realistas y fórmulas mágicas. No podemos prescindir de hablar del modelo económico que prevalece en el mundo entero, el neoliberalismo, y la crisis por la que atraviesa. En este escenario difícil donde prevalece el egoísmo frío y calculador del mercado, los pequeños emprendimientos dan calor y engrasan los engranes de un sistema herrumbroso y viejo. Es correcto en los que manifiestan que la crisis se produce cuando lo viejo no acaba de morir y cuando lo nuevo no acaba de nacer. Por ello, en algún momento cuando la economía se torne en la ciencia que gire en torno al ser humano, en esos momentos los postulados aquí descritos servirán para remontar el vuelo.

El motivo de esta investigación es proporcionar un modelo de emprendimiento que se ajuste a las necesidades y características de las mujeres indígenas, que requieren elementos para emprender con mayor éxito, contribuyendo con ello a la literatura de emprendimientos que no ha tomado en cuenta los

conocimientos, experiencia, cultura e historia, recursos naturales, que forman elementos valiosos de donde se nutren los emprendedores de las áreas rurales.

Para el resto de la investigación se hizo necesario revisar la literatura de experiencias con grupos de mujeres indígenas. En esta sección se presenta la literatura más sobresaliente sobre el emprendimiento rural aplicado en grupos de mujeres indígenas que han tenido relevancia en el contexto regional, que contribuye a la comprensión de este trabajo, que es uno de los pioneros en realizarse sobre el emprendimiento de mujeres indígenas bajo un acercamiento etnográfico.

REVISIÓN DE LITERATURA

El emprendimiento ha sido bien recibido en las economías de prácticamente todos los países, y más aún en países en vías de desarrollo, y esto es consecuencia de que la condición de pleno empleo en el modelo económico actual ha fracasado. En el caso mexicano de acuerdo con las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2021), el empleo tiende a la informalidad. La participación de la mujer en las actividades económicas es del 36%, y en las actividades, pero en aquellas que pertenecen al ámbito empresarial representa el 16%. Pero si las cuestiones de género pesan en las actividades económicas para las mujeres, el hecho de pertenecer a alguna etnia lo torna más complicado porque precisamente en las comunidades rurales indígenas están más arraigados los patrones culturales de machismo y patriarcado.

Martínez (1999) difieren en su opinión de los diversos análisis que plantean que las mujeres se organizan principalmente para paliar los efectos de la crisis económica sobre los hogares y comunidades como estrategia de supervivencia. Sin embargo, señala la importancia de considerar en estos análisis los cambios identitarios y los retos críticos que a las mujeres pobres, indígenas y campesinas les representa su participación, la forma en que adquieren, desarrollan y negocian el poder y construyen identidades colectivas, dejando de lado su potencialidad para transformar las relaciones de poder que las subordinan en distintos ámbitos y su papel como sujetos sociales. Pero es precisamente su incursión en las actividades productivas lo que le da la posibilidad de medirse, compararse y superarse a sus pares masculinos. Por lo que es deseable que la mujer incremente su participación en emprendimientos dentro de sus comunidades.

Las investigaciones son consistentes cuando se dice que los roles de las mujeres indígenas están cambiando, muchas prácticas y valores de sus culturas tradicionales, que desaparecen o se resignifican por efecto de la escolarización, el vínculo con las ciudades y también por las políticas públicas sobre género que las incluyen. Tanto en el plano de los logros subjetivos como en la conformación de movimientos colectivos e intersectoriales de mujeres, las encontramos adoptando decisiones que impactan en sus experiencias de vida. En México aun con ello, la escolaridad en la mujer indígena es de 6.6 años, inferior a la media nacional que se encuentra con una escolaridad de primero de bachillerato. Y la tasa de analfabetismo es de 17.8% en los hogares indígenas, lo cual refleja la diferencia de oportunidades de la población mexicana. En los casos serranos del Estado de Puebla y Oaxaca, comparten en común que forman parte de los estados más pobres, cuyo desplazamiento de las mujeres indígenas en busca de trabajo se da hacia sus respectivas capitales, y en una mayor proporción hacia la Ciudad de México. (Inegi, 2018).

El emprendimiento femenino ha ido creciendo en los últimos años. Estos emprendimientos están tomando nuevas rutas conceptuales y paradigmáticas principalmente en la utilización de recursos naturales (Contreras et al, 2020). Aunque debemos considerar que, en diversas regiones del país, muchos de los emprendimientos de las mujeres, en particular las indígenas, intervienen cuestiones culturales e históricas. Por su parte Castillo et al, (2020) considera la participación de la mujer indígena como un agente de cambio. Y es que las mujeres son un referente para lograr el desarrollo de sus comunidades, porque a diferencia de la parte masculina, de forma instintiva tienden a proteger a sus familiares.

En este sentido, la mujer emprendedora no solo es aquella que conforma una empresa o innova en un proceso productivo, sino que, además, en el marco del desarrollo local, articula los factores económicos,

sociales y políticos e integra a los diferentes sectores y actores de la comunidad, coordina información, necesidades, recursos y busca una fuerte comunicación entre ellos Formichella, M. M. (2002). Por ello, de acuerdo con Pallarès & Vera, (2018) el emprendimiento femenino es vital para el desarrollo rural como herramienta con la que se reconoce el esfuerzo de la mujer y su impacto en la sociedad y en la economía local y progreso de su entorno en igualdad de condiciones que el hombre.

Rodríguez et al, (2011), ofrece un acercamiento al trabajo de las mujeres emprendedoras de las comunidades indígenas, concluyen que los emprendimientos de las mujeres son de mera supervivencia y se orientan principalmente al mercado local. El principal problema de estas mujeres es que muy pocas de ellas han recibido alguna capacitación que les permita iniciar o gestionar algún negocio.

Por otro lado, Robinson Trapaga, D.G., Díaz-Carrión, I.A. y Cruz Hernández, S. (2019), confirman cuando las mujeres indígenas y rurales se organizan en grupos productivos y microempresas, esto puede ser un mecanismo para lograr su empoderamiento, además del combate a la pobreza y la equidad de género, y con ello se cumple uno de los objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, la igualdad de género. Y concluyen que se requiere de acompañamiento, empatía y capacitación para construir microempresas sociales que propicien la transformación, agreguen valor social y aporten al desarrollo local.

Es por ello por lo que muchos de los emprendimientos femeninos benefician el desarrollo local. De acuerdo con Tapia (2017), las mujeres indígenas emprendedoras del medio rural en México han cambiado sus roles de acuerdo con las necesidades principalmente de tipo económico, asumiéndose el algún caso como cabezas de familia y/o proveedoras económicas de su hogar emprendiendo y liderando organizaciones de mujeres que buscan un beneficio común solidario.

Las mujeres se enfrentan a la disyuntiva de trabajar de forma individual algún emprendimiento o bien, realizarlo en figuras asociativas, tal como lo han realizado las mujeres indígenas en la región de la sierra nororiental. Tovar y Tena (2016) encuentran que las mujeres socias han sido capaces de establecer alianzas por más de 30 años y han ido realizando pactos que trastocan la dominación patriarcal y cuestionan las formas opresivas de vida en las que se encontraban. Las mujeres cuando se organizan, participan activamente y logran acuerdos, que se respaldan en la confianza de su organización, y esto contribuye contrarrestar la violencia que se ejerce contra ellas. Pronto incorporan un discurso de derechos que han ido construyendo a lo largo de su proceso organizativo, y esto trasciende porque ahora están en condiciones de enseñar a sus hijos e hijas que existen otras formas de ser hombres y ser mujeres más igualitarias. Porque en los espacios rurales en donde se desenvuelven las mujeres prevalecen condiciones de desigualdad. Por ello, para empoderar a las mujeres indígenas, en lo cual Vélez (2019) supone que una estrategia efectiva para que las mujeres rurales mejoren su posición y participación como agentes económicos y sujetos de políticas económicas es la conformación de proyectos productivos, pues estos implican mayor autoconciencia y autovaloración de su rol productivo, un proceso de organización que resulta en beneficios individuales y colectivos, y el reconocimiento y ejercicio de sus derechos.

METODOLOGÍA

La investigación se realizó dando seguimiento a grupos de trabajo de mujeres indígenas de la región del Golfo del estado de Oaxaca y de la sierra nororiental del Estado de Puebla en el año 2021. En el estado de Oaxaca se estableció el estudio con un grupo de trabajo de mujeres mazatecas conformado por 20 integrantes de la cabecera municipal de San Pedro Ixcatlan que realizan bordados, y otro grupo de 20 mujeres de la comunidad de Pueblo Nuevo del municipio de Tuxtepec que se dedican a hacer botanas a base de plátano macho. En el estado de Puebla la investigación se realizó con las mujeres del Hotel Taselotsin que pertenecen a la organización *Masehual Siuamej Mosenyolchicauani*, la cual agrupa a 100 mujeres indígenas nahuas de 6 comunidades del municipio poblano de Cuetzalan del Progreso, y con las mujeres artesanas del Tozan, conformado por 30 mujeres del municipio de Jonotla. En total se dio

seguimiento y monitoreo a 4 grupos, de mujeres a través de visitas y entrevistas. En todos los grupos establecieron entrevistas orales y la aplicación de los cuestionarios a las mujeres más representativas de dichos grupos.

El método es descriptivo y analítico con base en el método etnográfico. El método etnográfico permite realizar investigación con los principales actores del emprendimiento, estudiando en situ su contexto para inferir los resultados. Las etapas del estudio etnográfico contemplan, la espacialidad, temporalidad y sentido, por lo que en la redacción de resultados se pone énfasis las variables etnográficas que intervienen para el éxito de los emprendimientos.

Espacialidad: Dado que toda manifestación de la cultura no se produce en el vacío, sino en un espacio en concreto. Es importante resaltar las condiciones del lugar en donde se manifiesta la actividad cultural, en este caso el emprendimiento de las mujeres.

Temporalidad: En esta etapa se dimensiona la investigación en un tiempo determinado, tomando en cuenta los acontecimientos históricos para el análisis del presente.

Sentido: Todo hecho de la cultura como construcción de la praxis humana tiene una razón de ser. Las actividades económicas responden hechos determinados que responden a una finalidad o necesidad. Los emprendimientos son un fenómeno que responde a la falta de empleo de la actualidad.

Estas tres variables explican el tipo de emprendimiento de las mujeres en los diferentes casos de estudio, mediante el cual las mujeres se empoderan y reciben respeto en sus comunidades.

RESULTADOS

El análisis de los resultados se ha dividido en dos vertientes, la primer parte hace referencia a los hallazgos encontrados en los diferentes grupos, y la segunda parte a la construcción del modelo de emprendimiento. Los grupos de trabajo de las mujeres emprendedoras indígenas que por su tamaño son micro o pequeñas empresas.

En la Tabla 1 se muestran las variables básicas de la planeación estratégica que intervienen en la administración de un negocio y juegan un papel determinante para el desarrollo de los mismos. Los grupos que tienen pocos conocimientos teóricos lo suplen en la práctica, pero tienen mayores dificultades. En el caso de las mujeres del hotel Taselotsin más de la mitad del grupo no tenían escolaridad y no dominaban el idioma español, con base al trabajo organizado estas carencias han sido superadas, y es de vital relevancia porque estas habilidades son básicas para poder asimilar otras destrezas. La disposición de las mujeres mazahuas a superarse les ha permitido acceder a cursos de capacitación de instituciones públicas y privadas. El grupo está constituido como empresa formal en una Sociedad de Solidaridad. El grupo que presenta menor desarrollo es el las mujeres del Tozan que tiene habilidad para realizar su actividad artesanal pero no han aprovechado las potencialidades internas.

Tabla 1: Administración y Organización de los Grupos

Organización	Grupo			
	Bordadoras	Plátanos fritos	Artesanías "El Tozan"	"Hotel Taselotzin"
Planeación estratégica				
Misión				✓
Misión explícita	✓	✓	✓	✓
Visión				✓
Visión explícita	✓			✓
Valores				✓
Objetivos		✓		✓
Reglamento				✓
Asignación de tareas				
División de trabajo		✓		✓
Departamentalización				✓
Organigrama				✓

Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas de trabajo en reuniones participativas. Las variables administrativas juegan un papel de vital importancia en cada uno de los grupos, y son decisivas en el éxito del emprendimiento y/ de la empresa.

Las variables etnográficas más importantes para cada grupo son captadas en la Tabla 2. En esta podemos observar que también estas variables intervienen en el desarrollo del emprendimiento, de esta manera quien más han aprovechado el entorno son las mujeres del Hotel Taselotsin, en segundo lugar las mujeres bordadoras de San Pedro Ixcatlan Oaxaca, y los grupos que presentan más dificultades y por tanto menor desarrollo en sus emprendimientos son los grupos de plátanos fritos del Papaloapan y los de las mujeres del Tozan. Con base a la experiencia recaba a través de las entrevistas orales, y los cuestionarios aplicados se construyó el modelo de emprendimiento para mujeres indígenas de regiones serranas.

Tabla 2: Variables Etnográficas

Método Etnográfico	Grupo			
	Bordadoras	Plátanos Fritos	Artesanías "El Tozan"	"Hotel Taselotzin"
Espacialidad	✓	✓	✓	✓
Recursos naturales				
Recursos agrícolas		✓		✓
Ubicación geográfica	✓			✓
Temporalidad				
Formalidad				✓
Mercado				✓
Tic's	✓			✓
Sentido				
Cultura	✓		✓	✓
Tradiciones	✓			✓

Fuente: Elaboración propia con base a las entrevistas de trabajo en reuniones participativas. En la tabla se muestran las diferentes variables etnográficas que intervienen en el éxito del emprendimiento, se observa que los grupos que poseen más variables han logrado dar estabilidad a sus empresas

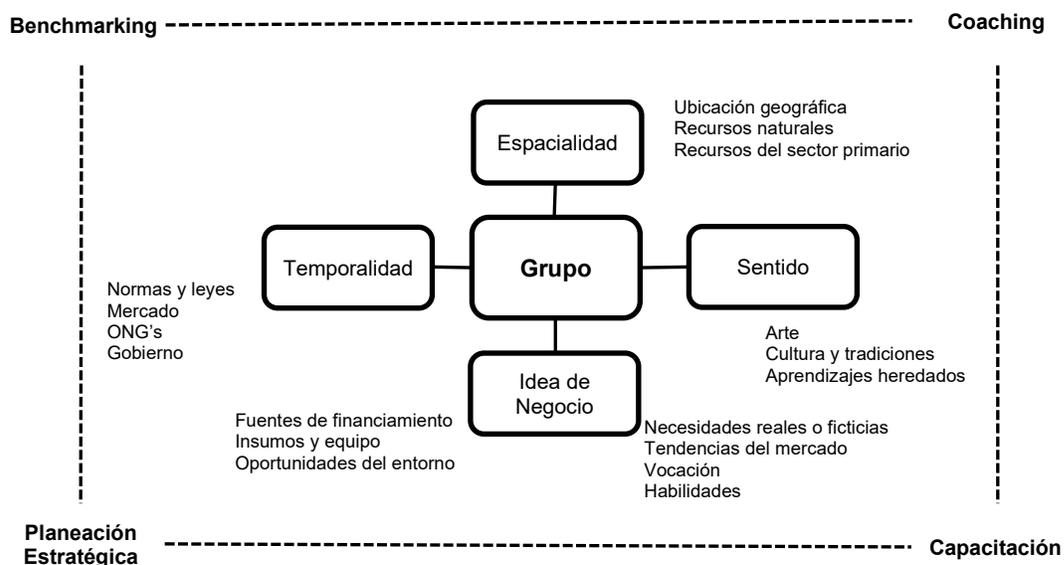
Los casos descritos muestran de acuerdo al método etnográfico que las etapas de espacialidad, temporalidad y sentido han jugado un papel preponderante en el éxito de los emprendimientos, pero también los diferentes niveles de aplicación de las herramientas administrativas. También encontramos de acuerdo a dicho estudio

que las mujeres indígenas se empoderan dentro de sus comunidades y ganan respeto cuando son ellas los elementos transformadores en la sociedad rural tal como lo menciona Robinson Trapaga (2019), y como también lo menciona Tapia (2017) contribuyen a que cambien los roles dentro de sus comunidades.

El éxito de los emprendimientos se mide en el tiempo de permanencia de los grupos, y hay una relación directa entre las diferentes etapas etnográficas para que los negocios cuenten con las condiciones para irse consolidando. Estos casos nos sirven de referencia para proponer el siguiente modelo de emprendimiento para las mujeres indígenas de la Figura 1.

En el modelo se contempla un primer nivel los elementos que intervienen para generar la idea de negocio. Un segundo nivel contempla los elementos etnográficos más representativos, y un tercer nivel donde se mencionan habilidades y herramientas administrativas coayuvan en el éxito del emprendimiento.

Figura 1: Modelo de Emprendimiento



Fuente: elaboración propia con base a las entrevistas y cuestionarios aplicados. En el modelo se observan los principales elementos del entorno y las habilidades administrativas que intervienen durante el emprendimiento de mujeres indígenas.

En el modelo se representan los diferentes elementos que intervienen en el emprendimiento para mujeres indígenas en las regiones serranas. Para la aplicación del modelo se propone trabajar de manera local con grupos de mujeres que deseen crear o desarrollar una pequeña empresa. Los resultados aportan la literatura por hace un acercamiento del método etnográfico al área de negocios y emprendimientos, porque lo que abre la posibilidad de realizar estudios con mayor profundidad sobre diversas variables que interviene en dicho enfoque.

CONCLUSIONES

Los emprendimientos descritos se forman a partir de las cuestiones culturales y de las actividades económicas de la región de estudio. El modelo de emprendimiento propuesto parte de las condiciones etnográficas de la región de estudio; dichas condiciones proporcionan los elementos a considerar para que los emprendimientos puedan ser exitosos, porque parten de la experiencia y el contexto en donde se mueven las mujeres indígenas.

Al tomar en cuenta la espacialidad temporalidad y sentido en el momento de generar un negocio permite tomar elementos reales de los emprendedores, estos no habían sido tomados en cuenta dentro de los principios tradicionales de los emprendimientos.

Los grupos de trabajo de esta investigación, con mayor cantidad de elementos en las categorías etnográficas mostraron mejor desarrollo y estabilidad dentro de sus pequeñas empresas. Los grupos de trabajo de menor desarrollo cómo las vendedoras de frituras de plátano macho, y las mujeres artesanas del Tozan, tienen una área de oportunidad en el momento en que incorporen los demás elementos etnográficos.

Otros hallazgos que se encontraron son, que las mujeres adquieren prestigio y empoderan en la medida en que participan y lideran actividades que comunes que han logrado hacer trascender. La principal motivación de las mujeres indígenas para emprender ha sido la necesidad, pero también la parte cultural ha jugado su papel.

Las mujeres entrevistadas no manifiestan problemas en sus relaciones de pareja, y han asumido un papel activo para completar el gasto familiar y mejorar sus niveles de vida. El emprendimiento también ha servido como parte de las relaciones afectivas de convivencia, ajenas todavía a la fría visión empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2021), Comunicado de prensa núm. 448/19, Resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Panorama Laboral.

Contreras et al (2020). Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable. *Espacios*, Vol. 41 p. 225-229.

Castillo et al (2020). Participación de la mujer indígena en el emprendimiento rural como agente de cambio. Una revisión de literatura. *Espacios*. Vol. 41

Villanueva (2017). Turismo comunitario y empoderamiento de la mujer indígena en la Sierra Norte de Puebla, Repositorio Institucional.

Formichella, M. M. (2002). Educación y Pobreza: Una explicación de los círculos viciosos existentes entre ambas (Doctoral dissertation, Tesis de Grado, Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur).

Martínez Corona (1999), "Género, empoderamiento y sustentabilidad en organizaciones de mujeres rurales. El caso de la Maseualsiamej Mosen- yolchicauanij de Cuetzalan, Puebla, México", tesis de doctorado en Estrategias de Desarrollo Agrícola Regional, México, Colegio de Postgraduados, campus Puebla.

Pallarès, M., & Vera, A. (2018). Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña. *Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada*, 57(3), 36-57.

Rodríguez et al, (2011) Las mujeres emprendedoras en las comunidades indígenas. Congreso Internacional de Migraciones. Granada, Instituto de Migraciones.

Robinson Trapaga, D.G., Díaz-Carrión, I.A. y Cruz Hernández, S. (2019). Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas sociales. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 91-108. <https://10.17163/ret.n17.2019.0>

Tapia V., (2017) El emprendimiento social y empoderamiento de la mujer rural indígena en la Sierra Norte de Puebla: caso del hotel Taselotzin. Universidad Iberoamericana Puebla.

Tovar H., y Tena G. (2016) Alianzas entre mujeres nahuas: una alternativa para trastocar el patriarcado. *Tabla Rasa* No. 26 p.311-329. Bogotá-Colombia.

Vélez, M. (2019). Empoderamiento económico de mujeres rurales a través de proyectos productivos. Los casos de Ayotoxco, Cuetzalan, y Hueyapan en la sierra nororiental del estado de Puebla. *DERSSA*. p. 165-170. México.

BIOGRAFÍA

Guillermo Mejía Méndez es doctor en economía por el Colegio de Posgraduado, Profesor Investigador del Instituto Tecnológico Superior de Zacapoaxtla, adscrito a la carrera en Administración.

Lidia Munguía Inés es especialista en Desarrollo empresarial y es maestra en Pedagogía por Universidad Popular del estado de Puebla. Docente en el Instituto Tecnológico Superior de Zacapoaxtla, adscrita en la carrera de Ingeniería en Administración, donde imparte cursos de consultoría y administración.

Laura Estefanía Hernández Galindo, es especialista en mercadotecnia y maestra en Gestión e Innovación Tecnológica por la Universidad Politécnica de Puebla, está adscrita a la carrera Ingeniería en Administración donde imparte cursos de mercadotecnia.