



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA

Área temática: Ética y desarrollo profesional

PROGRAMA DE INTERVENCIÓN PSICOLÓGICA PARA FOMENTAR LA MOTIVACIÓN A MICROEMPRESARIAS DE ÁLAMOS SONORA

Santa Magdalena Mercado Ibarra mmercado@itson.mx
Claudia García Hernández cgarcia@itson.mx
Luz Alicia Galván Parra Igalvan lgalvan@itson.mx
Bianca Arely Barceló Gutierrez suid_23@hotmail.com
Nereyda Saraith Sanchez Escoto conejita194@hotmail.com
Ilse Claudina Jimenez Villegas llseclaudina_179@hotmail.com
Scarlet Villela Rivera scarletvillela@hotmail.com

16 de octubre del 2009, Cd. Obregón Sonora

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo promover la motivación al logro y la autoestima de mujeres microempresarias a través de la implementación de un programa de intervención psicológica. Para ello se utilizó la aplicación de un instrumento que valora autoestima y motivación. Los participantes en esta investigación son 5 mujeres microempresarias, de nivel socioeconómico bajo, las cuales son de Álamos Sonora, y se dedican a sembrar y cosechar nopal, para después realizar productos derivados de este. El rango de edad de las mujeres microempresarias se encuentra entre los 50 y 65.

Mediante la interpretación de resultados del cuestionario para valorar la motivación de las mujeres microempresarias, se encuentra que no se califican de apáticas en su ambiente, pero tampoco alcanzan un buen nivel de motivación para emprender todas las actividades comunes, esto debido a que ellas cuentan con un espacio donde elaborar sus productos, pero no está acondicionado como ellas quisieran. Por otro lado, el nivel de autoestima predominante que presentan las participantes es de una alta autoestima lo cual significa, que les permite defender su microempresa ante las fuertes oposiciones colectivas.

DESARROLLO

ANTECEDENTES Y MARCO DE REFERENCIA

Las carencias y necesidades que tienen las mujeres motivan y movilizan a una lucha permanente para generar ingresos y sobrevivir. Esta experiencia les permite vivenciar un proceso en el que las carencias se transforman en capacidades, en potencialidades. La cultura de reciprocidad como el dar y recibir. Las microempresarias son reconocidas como generadoras de valores personales y sociales, desarrollando cualidades necesarias para incursionar, con relativo éxito, en el ambiente productivo y lograr ser visualizadas como productores. Como miembros de organizaciones sociales de base y de microempresas logran proyectar una presencia social en el ámbito local. Sin embargo, la tradición de “las mujeres como dependientes de los varones” obstaculiza su desarrollo y autonomía, los roles familiares no se modifican sustentivamente, continúan realizando tareas domésticas y adecuando sus horarios para atender ambos espacios (Irrarázabal 1989).

Según información del Instituto Nacional de las Mujeres, en México se tiene registro de 290 mil 878 empresarias, es decir un 15.2% del total de empresarios del país; de las cuales 55% participa en microempresas, 39% en pequeñas empresas, 6% en medianas empresas y solamente 1% en grandes firmas. Contra un millón 617 mil 159 empresarios, es decir 84.8 por ciento en el caso de los empresarios hombres (Instituto Nacional de las Mujeres, 2006).

Asimismo, con base en un reciente sondeo del Inmujeres Nacional, sólo tres de cada diez mujeres se deciden a emprender un negocio propio y de las casi 300 mil empresarias, el 86% enfrenta dificultades para abrir una empresa. Según lo declarado

por las encuestadas, la principal barrera que enfrentan las empresarias mexicanas son el machismo en un 40%, seguido por la no conciliación de roles, la desconfianza y la ausencia de redes, entre otros. Además, su desarrollo es impedido por la falta de financiamiento y la tramitología para abrir un negocio (Instituto Nacional de las Mujeres, 2006).

Por otro lado la Encuesta Nacional de Micronegocios de 1996, manifestó que las microempresas de mujeres son más pequeñas que las de los hombres; el 89 por ciento de ellas no tienen trabajadores a sueldo, siendo este porcentaje en el caso de los hombres de 76 por ciento. El 48 por ciento de las mujeres en actividades microempresariales perciben ingresos equivalentes entre cero y un salario mínimo y el 71 por ciento perciben ingresos equivalentes entre cero y dos salarios mínimos, en tanto que en el caso de los hombres el porcentaje es de 18 y 41 por ciento respectivamente. El 73 por ciento de las empresas de mujeres no disponen de local, mientras el 69 por ciento de los hombres están en la misma situación; el 32 por ciento de las micro empresarias no han tenido instrucción o no han terminado la primaria, en tanto que en los hombres esta situación se da en el 21 por ciento de los casos.

En Noruega la participación de las mujeres en el mercado laboral nunca ha sido mayor; comparando con el resto del mundo, las mujeres noruegas encabezan la lista. Según las cifras de 2004 el 75 por ciento de las mujeres entre 25 y 66 años trabajan fuera de casa, mientras que el porcentaje de hombres es del 82 por ciento. La participación de las mujeres con hijos pequeños es también muy alta. El 72 por ciento de mujeres con hijos menores de tres años está trabajando, mientras que el porcentaje de mujeres trabajadora con hijos entre tres y seis años es del 82 por ciento (Ministerio Noruego de Asuntos de la Infancia y la Igualdad de Oportunidades, 2004).

El 43 por ciento de las mujeres entre 16 y 74 años trabaja a media jornada, mientras que sólo un 13 por ciento de los hombres lo hace. La media de horas de trabajo remunerado es de 30.6 horas para las mujeres comparadas a las 37.2 para los hombres. En Noruega las mujeres siguen cobrando un 15 por ciento menos que los hombres. Sin embargo, mucho de esto se puede explicar por el hecho de que mujeres y hombres trabajan en campos y sectores diferentes, y que las mujeres tienden a realizar trabajos de media jornada. Las mujeres suponen un 68 por ciento de los trabajadores del sector público, la mayoría de ellas en la administración municipal, donde el 78 por ciento son mujeres. Las mujeres también son mayoría ocupando puestos de funcionarias en la administración estatal, donde suponen un 57 por ciento. En el sector privado los hombres todavía son una inmensa mayoría (Biblioteca NAFIN, 2002).

Según información de la directora del Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (Fondeso), de los 85 mil créditos otorgados por el gobierno capitalino desde el año 2001, han sido beneficiadas 37 mil mujeres de la ciudad. Durante los tres años de funcionamiento del programa, el 71 % de los solicitantes son mujeres de 866 Unidades Territoriales (Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México, 2001)

En un estudio realizado por la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de México los resultados reportan que del 72% de las beneficiadas que han mejorado su ingreso, el 51% han logrado mejoras en cuanto a la alimentación y el 42% tiene acceso a una mejor educación y salud. Se destaca que en el 58% de las respuestas se afirma que se tiene una mejor relación familiar (Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México, 2001).

De todos los microcréditos que han sido otorgados por el Gobierno del Distrito Federal, alrededor del 70-71% ha sido para mujeres; se han otorgado 120 mil créditos, de los

cuales 80 mil han sido para el autoempleo de las mujeres, lo que les ha permitido tener una autosuficiencia económica (Secretaría de Desarrollo Económico, 2001).

Para perseverar en un contexto de microempresarialidad se requiere de herramientas personales como la autoestima y motivación. Beauregard, Bouffard, Duclos (2005) definen autoestima como un acontecimiento dinámico y subjetivo de nuestro cuerpo y de nuestra mente, más que algo estático y tangible que pueda observarse y medirse directa y fácilmente.

Según como se encuentre nuestra autoestima, ésta es responsable de muchos fracasos y éxitos, ya que una autoestima adecuada, vinculada a un concepto positivo de mí mismo, potenciara la capacidad de las personas para desarrollar sus habilidades y aumentará el nivel de seguridad personal, mientras que una autoestima baja enfocará a la persona hacia la derrota y el fracaso (Lindenfiel, 1999).

Dentro del concepto de autoestima se puede encontrar 2 tipos de autoestima que continuación se describen.

Baja autoestima. Todos tenemos en el interior sentimientos no resueltos, aunque no siempre seamos conscientes de estos. Los sentimientos ocultos de dolor suelen convertirse en enojo, y con el tiempo volvemos el enojo contra nosotros mismos, dando así lugar a la depresión. Estos sentimientos pueden asumir muchas formas: odiarnos a nosotros mismos, ataques de ansiedad, repentinos cambios de humor, culpas, reacciones exageradas, hipersensibilidad, encontrar el lado negativo en situaciones positivas o sentirse impotentes y autodestructivos (Branden, 1999).

Las personas con baja autoestima viven insatisfechas con ellos mismos porque su autocrítica está declinada y tienen una actitud negativa con todo lo que para ellos pueda resultar enriquecedor. No pueden ver las cosas buenas o las cosas valiosas que tienen y ponen todo en la misma bolsa. “No se sienten merecedores, se privan de todo, y así se pierden el placer de disfrutar de las cosas, actúan como si no les correspondiera (Beauregard, Bouffard, Duclos, 2005).

Alta autoestima. Alguien con una buena autoestima no necesita competir, no se compara, no envidia, no se justifica por todo lo que hace, no actúa como si "pidiera perdón por existir", no cree que está molestando o haciendo perder el tiempo a otros, se da cuenta de que los demás tienen sus propios problemas en lugar de echarse la culpa "por ocasionar molestias" (Alberti y Emmons, 2006)

Sin embargo el tener una autoestima adecuada no sirve de nada si la persona no se encuentra motivada, o no encuentra sentido a lo que hace, por ello la importancia de hablar acerca de la motivación y sus beneficios.

Quesada (2007) define motivación como aquellas cosas que impulsan a una persona a realizar determinadas acciones u a persistir en ellas hasta el cumplimiento de los objetivos. También se encuentra vinculado a la voluntad y al interés, en otras palabras, es la voluntad para hacer un esfuerzo y alcanzar ciertas metas.

La motivación se convierte en un factor importante, ya que permite canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta en general de la persona hacia el logro de los objetivos de ella misma.

La motivación es un elemento fundamental para el éxito empresarial ya que de ella depende en gran medida la consecución de los objetivos de la empresa. Lo cierto es que todavía muchos sectores no se han percatado de la importancia de estas cuestiones y siguen practicando una gestión que no tiene en cuenta el factor humano. En ellos, ha empezado a darse un déficit de recursos cualificados y es por eso que las empresas están buscando formas de atraer y retener los recursos humanos (Davis, 2003).

Dimensiones de la motivación.

Para mantenerse motivado se necesita de la intervención de los procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos de cada ser; además se requieren varios elementos para conformarse, entre ellos están:

- La Voluntad: es la fuerza que surge a raíz de vencer la mecanicidad, a través de una constante observación de sí mismo y convicción propia.
- El Esfuerzo: es la magnitud o intensidad de la conducta que se requiere para alcanzar un objetivo.
- La Persistencia: es el esfuerzo sostenido para alcanzar una meta.
- La Dirección: es la vía correcta que deben seguir el esfuerzo y la persistencia.

Motivación en el trabajo.

Según Chiavenato (2000), un trabajador motivado no es necesariamente un trabajador productivo. Para que un alto nivel de motivación se traduzca en un alto desempeño son necesarios algunos ingredientes adicionales:

- La capacitación del individuo para el cargo,
- El conocimiento de lo que la organización espera de él,
- La disponibilidad de recursos para la ejecución de la tarea y
- La identificación del trabajador con la organización.

Solo la conjunción de esas circunstancias hace posible que un elevado nivel de motivación se materialice en un alto desempeño. El buen desempeño puede conducir a recompensas extrínsecas e intrínsecas que generan satisfacción. La satisfacción alcanzada alimenta las expectativas para el comportamiento futuro, incrementando la motivación para el nuevo desempeño.

Motivación por logro.

"La motivación por logro es un impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer". Por ejemplo, si a un individuo en su familia, escuela, iglesia, amigos y libros le hacían hincapié en el logro personal, su actitud hacia la vida tendía a ser familiar. Si recalcaban las amistades y la afiliación, las motivaciones estaban dominadas por las actitudes sociales (Montoya, 2001).

También se ha comprobado que los países que cuentan con un mayor número de personas motivadas hacia el logro personal, tienden a manifestar un desarrollo económico y social más rápido. Este tipo de motivación conduce a metas e impulsos más elevados, ya que las personas trabajan mejor y alcanzan adelantos más sobresalientes.

La gente orientada hacia los logros personales busca el triunfo "per se". No experimenta una "sed de dinero" particularmente fuerte, aunque puede adquirir riquezas en su esfuerzo por alcanzar el triunfo. Trabaja gracias a su deseo de vencer obstáculos, alcanzar metas y ser útiles a otros (Quesada, 2007).

PROBLEMA

En este contexto, en la comunidad de Álamos Sonora, existe un grupo de mujeres microempresarias las cuales se dedican a sembrar y cosechar nopal, para después realizar productos derivados del mismo, tales como ceviche de nopal, mermelada de nopal, tortillas de nopal, pastillas de fibra de nopal, entre otros. Enfrentan situaciones de oposiciones colectivas para las cuales requieren herramientas que les posibilite perseverar. El Instituto Tecnológico de Sonora por medio de CUEC (Centro Universitario de Enlace Comunitario) y el CAICH (Centro de Atención e Investigación del Comportamiento Humano), apoya acciones que se orientan hacia la autosustentabilidad desde el marco de la psicología.

OBJETIVO

Promover la motivación al logro y la autoestima de mujeres microempresarias de Álamos Sonora a través de la implementación de un programa de intervención psicológica.

MÉTODO

Participantes

Participaron en este estudio 5 mujeres microempresarias, de nivel socioeconómico bajo, las cuales son de Álamos Sonora, y se dedican a sembrar y cosechar nopal, para después realizar productos derivados de este, como mermelada de nopal, ceviche de nopal, capsulas de nopal etc. La muestra se eligió de manera intencional debido a que el grupo ya estaba constituido y asignado. El rango de edad de las mujeres microempresarias se encuentra entre los 50 y 65.

Instrumento.

Una escala de Likert de 18 ítems (de medición ordinal) en la que cada persona responderá a estas afirmaciones seleccionando un punto en un gradación del continuo asentamiento-rechazo.

Procedimiento.

Se inicio con la primera parte de la aplicación del instrumento, análisis de resultados para posteriormente diseñar el programa de intervención el cual contempló actividades de integración y autoconocimiento, una introducción sobre el tema de autoestima, una retroalimentación e identificación de áreas de mejora y su impacto en el proyecto de vida personal y profesional de cada una de las participantes, un debate y cierre.

La segunda parte del programa consistió en la retroalimentación del tema de autoestima para iniciar con el tema de motivación con técnicas de integración, algunos ejercicios

donde identifican el nivel de motivación dentro de la familia, trabajo y sociedad, y su impacto en el grupo de trabajo actual.

Posteriormente se aplicó el instrumento, procesaron los resultados y se analizaron. Después del cierre se comenzó a trabajar en la elaboración del reporte final con los resultados correspondientes.

RESULTADOS

Mediante la interpretación de resultados del cuestionario para valorar la motivación y autoestima de las mujeres microempresarias y tras la aplicación del programa de intervención psicológica se encontró que no se califican de apáticas en su ambiente, pero tampoco alcanzaron un buen nivel de motivación para emprender todas las actividades comunes. El 60% (ó 3 de las 5) cae en el rango de poco motivadas y el 40% en el rango Motivadas, lo cual está asociado a aspectos intrínsecos como deseo de superación personal y crecimiento en los diferentes ámbitos de su vida.

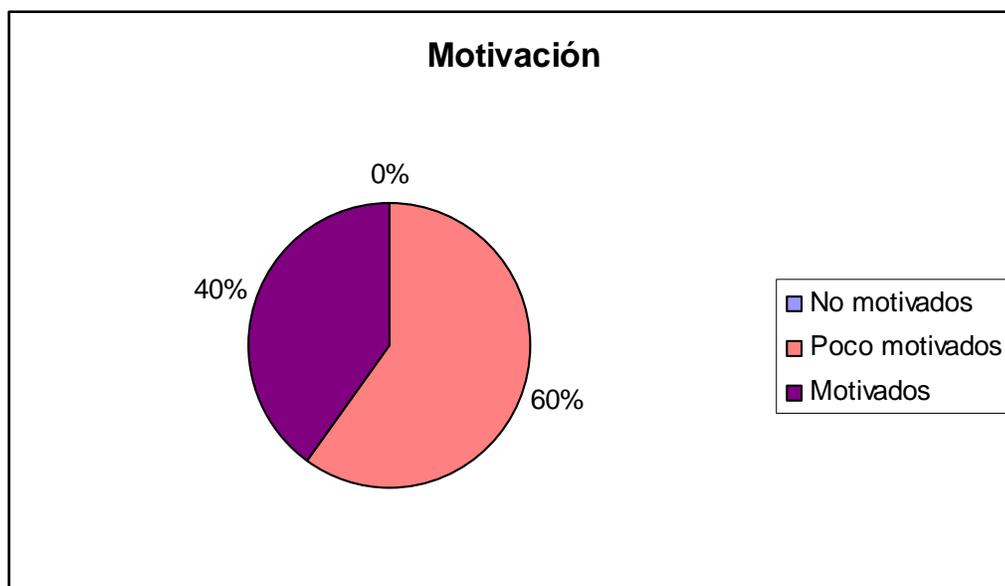


Figura 1. Nivel de motivación en mujeres microempresarias

Una persona motivada es más autosuficiente y su conducta se rige más por determinantes internos que por ambientales y sociales; importa más la opinión que tenga sobre sí mismo que la que puedan tener los demás. Sus deseos y propósitos, el motivo o «porqué» de su existencia son el verdadero motor de sus actos, de ahí su independencia y libertad psicológica frente a las presiones del ambiente.

Por otro lado, el nivel de autoestima predominante que presentaron las participantes es de una alta autoestima (75%), lo cual significa, que creen firmemente en ciertos valores y principios, están dispuestas a defenderlos aún cuando encuentren fuertes oposiciones colectivas, y se sienten lo suficientemente seguras como para modificar esos valores y principios si nuevas experiencias indican que estaba equivocada. El 25% cae en el rango de autoestima muy alta.

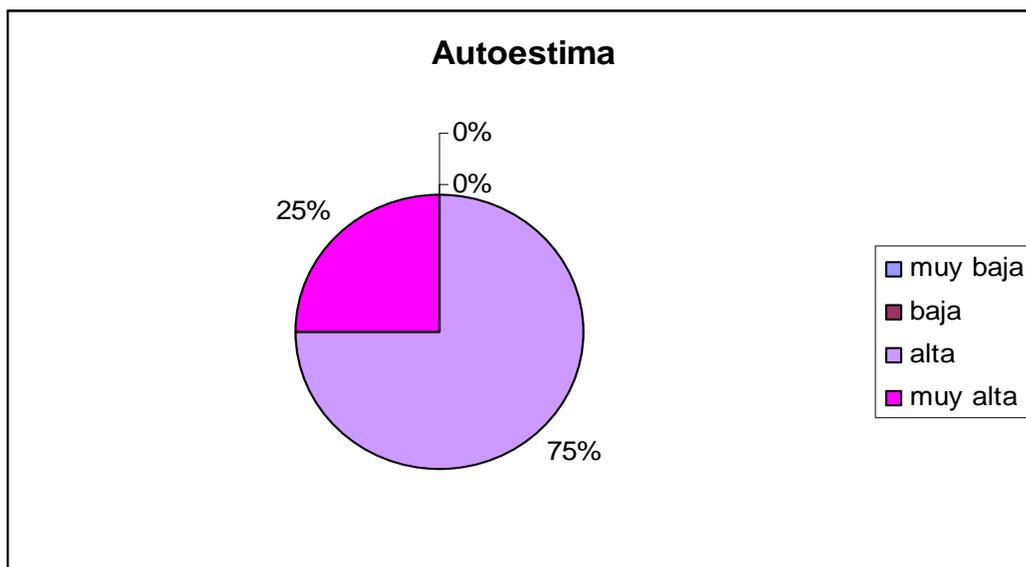


Figura 2. Nivel de autoestima en mujeres microempresarias

Una persona con una alta autoestima es capaz de obrar según crea más acertado, confiando en su propio juicio, y sin sentirse culpable cuando a otros les parece mal lo que ha hecho. La autoestima es una de las cuestiones fundamentales, que tiene que tener en cuenta cualquier persona para progresar en su vida. Por eso mismo, nada mejor que conocer cuales son las características básicas del autoestima, para reforzarlo y no permitir que caiga nunca.

CONCLUSIÓN

Después de analizar la información se puede concluir que el objetivo el cual fue promover la motivación al logro y autoestima en mujeres microempresarias a través de un programa de intervención psicológica, se cumplió. La participación de las mujeres microempresarias fue de completa disposición reconociéndose a sí mismas como un grupo valioso en el que el trabajo en equipo es fundamental.

La mujer de hoy día se abre a la vida dotada de grandes capacidades; pero se les reconocen menos éxitos que al varón; en la actualidad, existe la conciencia clara de la discriminación en contra de la mujer que, sin duda, constituye uno de los motivos principales de su poco éxito.

Sin embargo, la discriminación sobre la base del género no explica por completo la distancia que existe entre capacidad y éxito. La sociedad cuenta con medios más sutiles de conseguir sus objetivos, formas de que las mujeres interioricen un impulso débil hacia el éxito, reproduciendo esta pauta de comportamiento en otras mujeres.

En resumen, las mujeres, en general, tienen un nivel elevado de motivación para el éxito. No obstante, esta motivación no se incrementa en las condiciones tradicionales de

estimulación del éxito, como ocurre en los varones. Y en este sentido, hace falta mucho camino por recorrer que impulsen a la mujer dentro de proyectos productivos que aporten a su autosustentabilidad presente y futura, en el marco No de una competencia con respecto al hombre, sino en un marco de colaboración en bien del desarrollo personal, familiar y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

González R. (2005) *Microempresarias enfrentadas a la desigualdad laboral*. Documento recuperado el 20 de abril de 2009 de: <http://www.cimac.org.mx/noticias/00sep/00092902.html>

Banco Nacional de Comercio Exterior (1997). Comercio exterior. Editorial Banco Nacional de Comercio Exterior. Universidad de California

Instituto de las mujeres del D.F. Documento recuperado el 20 de abril de 2009 de: http://www.inmujer.df.gob.mx/inmujeres/numeralia/part_economica/mujeres_microempresarias.html

La economía de género en México. *Trabajo, familia, estado y mercado*". Biblioteca NAFIN. México 2002. Datos de encuesta 1992.

Alberti, R. Emmons, M. (2006). *Viviendo con autoestima: Como fortalecer con asertividad lo mejor de tu persona*. Edición ilustrada, editorial Pax México.

Beauregard, L. Bouffard, R. Duclos, G. (2005). *Autoestima: Para quererse más y relacionarse mejor*. Editorial Narcea.

Branden, N. (1999). *La autoestima en el trabajo*. Editorial Paidós.

Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos* (5ª ed). Bogotá: McGraw Hill Interamericana.

Davis, K. y Newstrom, J. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo* (11ª. Edición). México: McGraw Hill Interamericana.

Lindenfield, G. (1999). *Autoestima*. Editorial Plaza & Janes.

Montoya, M. Sol, C. (2001). *Autoestima*. Editorial Pax México

Satir, V. (1998). *Autoestima*. Segunda edición. Editorial Pax México.

Quesada L. (2007) *El poder de la motivación*. arearh.com - Área de Recursos Humanos - 2007 Todos los derechos reservados.

Izarrabal (1989) documento recuperado el 21 de abril de 2009 de:
<http://www.invenia.es/oai:dialnet.unirioja.es:ART0000106699>

Ministerio Noruego de Asuntos de la Infancia y la Igualdad de Oportunidades, 2004.

Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México, 2001.

APÉNDICE 1

Valorando mi autoestima y motivación

Edad: _____

El objetivo de esta encuesta es conocer su nivel de motivación al logro y aspectos asociados a autoestima con el propósito de encontrar áreas de oportunidad y mejora. Su opinión será estrictamente anónima y confidencial. Los resultados se utilizarán para tomar medidas de mejora personal y de su grupo de trabajo.

Instrucciones: Favor de señalar con una “X” la respuesta que describa su opinión.

| Reactivos | Siempre | Casi siempre | Algunas veces | Muy pocas veces |
|---|---------|--------------|---------------|-----------------|
| 1. Me siento con libertad para expresar mi opinión. | | | | |
| 2. Mis inconformidades son escuchadas | | | | |
| 3. Pongo mucho interés en lo que hacemos durante el trabajo. | | | | |
| 4. Estoy “en las nubes” durante mis horas de trabajo. | | | | |
| 5. Deseo con frecuencia que termine el horario de mi trabajo. | | | | |
| 6. Pongo gran atención a lo que dicen mis | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | compañeras en cuanto al trabajo se trata. | | | | |
| | 7. Habitualmente tomo parte en las discusiones o actividades que se realizan en el trabajo. | | | | |
| | 8. Me distraigo fácilmente durante mis horas de trabajo. | | | | |
| | 9. En ocasiones, soy yo la que explica a mis compañeras algún procedimiento que no entienden. | | | | |
| | 10. Suelo quedarme adormilada. | | | | |
| | 11. En algunas actividades que me gustan especialmente más que otras, suelo dar más de lo que se me pide por medio de trabajos o actividades extras. | | | | |
| | 12. En las horas de trabajo me siento a gusto y bien. | | | | |
| | 13. Me siento satisfecha con lo que hago. | | | | |
| | 14. Me siento orgullosa de mi quehacer | | | | |
| | 15. Me siento respetada, escuchada, valorada | | | | |
| | 16. Me siento reconocida por el trabajo que realizo. | | | | |
| | 17. Creo que tengo la oportunidad de desarrollarme personalmente y progresar . | | | | |
| | 18. Asisto con gusto a realizar mis actividades laborales dentro de este proyecto | | | | |

Comentarios: _____

Muchas gracias