



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA COMERCIAL

Análisis de los patrones de consumo y endeudamiento de las mujeres de la Provincia de Ñuble en el marco de las nuevas vinculaciones rural-urbanas

Memoria para optar al Título de
Ingeniero Comercial

Participantes:
Diego Troncoso Troncoso
Gustavo Zúñiga Muñoz

Profesor guía:
Rosana Vallejos Cartes

Chillán, Diciembre 2013



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA INGENIERÍA COMERCIAL

Chillán, Febrero 28 de 2014.

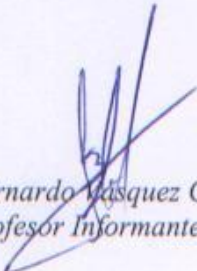
Informe: Memoria de Título

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "*ANÁLISIS DE LOS PATRONES DE CONSUMO Y ENDEUDAMIENTO DE LAS MUJERES DE LA PROVINCIA DE ÑUBLE EN EL MARCO DE LAS NUEVAS VINCULACIONES RURAL-URBANA*" de los alumnos Diego Troncoso Troncoso - Gustavo Zúñiga Muñoz.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Ingeniería Comercial y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 6.1 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,


Rossana Vallejos C.
Profesor Guía


Bernardo Vásquez G.
Profesor Informante


Omar Acuña M.
Director de Escuela



CC. - Director de Escuela Ingeniería Comercial
- Alumnos(as)
- Archivo

Tabla de contenido

Resumen	5
Abstract.....	6
Capítulo I - Introducción	7
Justificación del Problema	7
Objetivos	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos	9
Ámbito de Estudio.....	10
Capítulo II - Marco Teórico	12
Aproximaciones al concepto de ruralidad	12
Nueva ruralidad.....	16
Desarrollo económico local	18
La mujer rural.....	19
El trabajo y la mujer Rural.....	21
Endeudamiento.....	23
Actitud frente al endeudamiento	25
Consumo	25
Alfabetización Económica	27
Capítulo III – Caracterización de la población a estudiar.....	29
Provincia de Ñuble	29
Ruralidad en Ñuble	31
Capítulo IV Metodología	35
Sujeto de estudio	35
Procedimiento.....	35
Diseño de la encuesta	36
Análisis univariado y bivariado	38
Capítulo V Resultados	39
Análisis descriptivo de la muestra	39
Aporte al ingreso familiar	45
Nivel de endeudamiento	46
Escala de actitudes hacia el endeudamiento	47

Actitud frente al dinero	50
Análisis bivariado de la muestra	52
Capítulo VI Conclusiones	57
Lista de Referencias	61
Anexos	64
Anexo 1 – Encuesta de endeudamiento y patrones de consumo de la mujer rural de Ñuble.....	64
Anexo 2 – Tabla de componentes análisis factorial de escala de actitud hacia el endeudamiento y Varianza total explicada.....	69
Anexo 3 – Tabla de contingencia entre rango de edad y actitud frente al endeudamiento	70
Anexo 4 – Tabla de contingencia entre rango de ingresos personales y algunas fuentes de deuda	70
Anexo 5 – Tabla de contingencia entre parentesco con el jefe de hogar y aporte al ingreso familiar	71
Anexo 6 Fuentes de deuda actual	72

Resumen

En las últimas décadas, los sectores rurales y sus habitantes han experimentados transformaciones sociales, económicas, productivas y culturales derivados de los procesos de globalización y modernización general de la sociedad. Estos se han expresado en la incorporación de tecnologías en los procesos productivos, en la multifuncionalidad que ha surgido en el territorio, en una mayor integración entre los espacio rural y urbano conformando, lo que muchos investigadores denominan la nueva ruralidad que se contrapone a la concepción tradicional de lo rural vinculado a lo agrícola e incorporando en este nuevo concepto otras dimensiones que reflejan los cambios experimentados por los sectores rurales. En este nuevo escenario, la incorporación de la mujer a las actividades laborales remuneradas ha impactado en la tradicional definición de roles y la conformación de la familia y ha significado para muchas mujeres mayores grados de autonomía y capacidad de decisión en el ámbito económico.

La presente investigación tiene como objetivo analizar e identificar los patrones de consumo y endeudamiento de las mujeres rurales de la provincia de Ñuble en el marco de las nuevas vinculaciones rural-urbanas. Este estudio se basa en la revisión de fuentes bibliográficas y el análisis estadístico univariado y bivariado de las respuestas obtenidas en una encuesta aplicada a 177 mujeres rurales Ñuble. A través del estudio realizado, se logró caracterizar y analizar su comportamiento de consumo y endeudamiento con el propósito de contribuir a la definición de iniciativas que fortalezcan la capacidad de decisión de las mujeres en cuanto al manejo y uso de sus ingresos y recursos económicos.

Abstract

In recent decades, rural areas and their inhabitants have experienced social, economic, productive and cultural transformations resulting from globalization processes and overall modernization of the actual society. These have been expressed in the incorporation of technologies in production processes in the multifunctionality that has emerged in the territory, in a greater integration between rural and urban areas forming what many researchers call the new rurality that contrasts with the traditional conception of rural agricultural and linked to this new concept incorporating other dimensions that reflect those experienced by rural areas changes. In this new setting, the incorporation of women to remunerated employment has impacted the traditional definition of roles and the conformation of the family and has meant for many women a greater degree of autonomy and capacity decision in the economic area.

This research is to analyze and identify consumer patterns and debts of rural women of the Ñuble area under the new rural-urban linkages. This study is based on the review of bibliographic sources of univariate and bivariate statistical analysis of the responses to a survey of 177 rural women of Ñuble area. Through this study, it was possible to characterize and analyze their consumption behavior and debt for the purpose of contributing to the definition of initiatives to strengthen the capacity of women's decision about the management and use of their income and economic resources.

Capítulo I - Introducción

En la actualidad el mundo rural posee una vinculación mucho más cercana con el concepto urbano, donde las culturas tienden a homogenizarse y cada vez se hace más difícil encontrar características que opongan a personas provenientes de estos sectores. Es por eso que hoy nace el concepto de nueva ruralidad, que posee un territorio en el cual se entremezclan muchas funciones a parte del quehacer agrícola, en este escenario la mujer ha tenido que mezclar su función de género e incorporarse al mercado laboral, ya sea de forma dependiente, como también emprendiendo de manera independiente y en ocasiones con trabajos temporales. Es por eso que hoy la mujer rural cumple una función fundamental dentro de la sociedad, como de su propio grupo familiar.

El trabajo que presentamos pretende ahondar a través de un análisis socio económico el comportamiento financiero de la población femenina de la provincia de Ñuble, haciendo hincapié en las características de población que pertenece a un sector rural, producto del gran cambio social que han sufrido las comunidades rurales en las últimas décadas.

Justificación del Problema

El concepto de ruralidad hoy, es muy diferente a la concepción que tenían nuestros padres y/o abuelos. En el último tiempo el campo ha sufrido grandes transformaciones, rápidas y significativas producto, en gran medida, de esto que llámanos globalización y por los avances tecnológicos que se han integrado en estos sectores. Hoy hablamos de una nueva ruralidad, homogénea, poli funcional y con una gran vinculación con los espacios urbanos, lo cual ha permitido un desarrollo de estas personas en diferentes áreas, entregándoles mayores oportunidades de trabajo, optar a mejores centros educacionales lo cual les permite aspirar a mejores ingresos y mejor calidad de vida, mayor acceso a la salud sea ésta pública como privada, mayor acceso a la adquisición de bienes a través del crédito ofrecido por casas comerciales, entre muchas otras (Fawaz & Rodríguez, 2013).

Esta vinculación se expresa a través de la migración rural/urbana que ha caracterizado a nuestra sociedad en los últimos cincuenta años, pero hoy en día este proceso ha disminuido y ha sido reemplazado por una movilidad temporal, en donde las familias rurales buscan mejores oportunidades de trabajo y el acceso a una mejor educación. Esta movilidad espacial, diaria o periódicamente recurrente y no permanente, es posible, precisamente, por la modernización experimentada por los sectores rurales, que ha tenido como resultado un significativo mejoramiento vial y de transporte, y un fortalecimiento de expectativas educacionales y de consumo más exigentes que en el pasado. De igual forma esto es aplicable a las nuevas expectativas de consumo y acceso al crédito formal que ha instalado la modernidad (Fawaz& Rodríguez, 2013; Zúñiga, 2004).

La agricultura es la actividad laboral por naturaleza en los sectores rurales, pero en la medida que esta no es capaz de generar oportunidades de empleo, las familias deben agregar un mayor número de miembros al mercado ocupacional. Dado que los jóvenes han alargado los años dedicados a la educación, se ha generado la necesidad de tener más dinero. Es en este contexto que la mujer ha debido incorporarse al mercado laboral, ya sea como microempresaria en su propia casa o como asalariada, ya sea en ocupaciones agrícolas, rurales no agrícolas o urbanas.

El estudio que proponemos realizar tiene como finalidad definir el papel socio económico de la mujer, responder a la interrogante: “¿Cuáles son los patrones de consumo y endeudamiento de la mujer rural?” éstos comportamientos que se han visto totalmente modificados en los últimos tiempos, y para responder a esta interrogante debemos re identificarlo y generar un perfil de consumo y comportamiento financiero/económico de la mujer rural de la provincia de Ñuble.

Si bien existen muchos estudios sobre la mujer rural, ya sean de índole latinoamericano, como investigaciones del ministerio de planificación social, existen pocos estudios sobre endeudamiento de estos individuos y menos sobre las que habitan nuestra provincia, que guíen la toma de decisiones en políticas públicas (CEPAL, 2009; Ministerio de Desarrollo Social, 2009 y 2011; INE, 2008; Muñoz, 2000).

Esta investigación se inserta dentro del proyecto de la Universidad “Estructura, dinámicas y significados del trabajo femenino. Nuevas perspectivas espaciales, estructurales y simbólicas”, proyecto DIUBB 1333242/R del departamento de Ciencias Sociales de la UBB, en colaboración con El Centro de Agronegocios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la universidad.

Objetivos

Estableceremos el siguiente objetivo para guiar el estudio y la aplicación de la metodología de este trabajo en función a la problemática planteada con anterioridad, el cual se dividirá en objetivos más específicos para guiar nuestra orientación.

Objetivo General

Analizar e identificar los patrones de consumo y endeudamiento de las mujeres rurales de la provincia de Ñuble en el marco de las nuevas vinculaciones rural-urbanas.

Objetivos Específicos

- *Identificar las nuevas dinámicas de interrelación de los espacios rurales y urbanos, y su influencia en la definición de estilos de vida y patrones culturales compartidos entre la población rural y urbana.*
- *Caracterizar los patrones de consumo de las mujeres rurales a nivel provincial.*
- *Determinar los factores que influyen en el comportamiento de consumo y endeudamiento de las mujeres de la Provincia de Ñuble.*

- *Establecer la dinámica actual del consumo de las mujeres de la provincia y su impacto a nivel familiar, realizando aportes a la definición de las iniciativas que contribuyan a fortalecer la decisión de las mujeres en cuanto al manejo y uso de sus ingresos y recursos económicos.*

Ámbito de Estudio

El presente trabajo tiene como principal objetivo realizar una comparación mediante estadística descriptiva, entre los resultados obtenidos a través de una metodología previamente elaborada.

La metodología para llevar a cabo una encuesta comienza con la definición de un objetivo, el cual será responder a una interrogante, el segundo paso es la elaboración del diseño muestral el cual depende del universo seleccionado, posteriormente se prosigue al diseño de la encuesta, teniendo en cuenta claramente el objetivo principal y la información a solicitar, para finalmente ejecutar la encuesta y procesar la información recolectada (Universidad tecnológica de Monterrey, 2005).

Para extraer conclusiones y lograr utilizar los datos recolectados, se recurrirá a la técnica de análisis estadístico de tipo descriptiva, el cual tiene como fin especificar las propiedades, características y perfiles importantes del grupo de personas a analizar, midiendo, evaluando y recolectando datos sobre diversos aspectos, dimensiones y componentes de los fenómenos a investigar. Lo anterior nos permitirá elaborar relaciones y predicciones en base a este análisis (Monsalve, 2013).

Dentro de la estadística descriptiva recurriremos al análisis de estadísticos univariable y bivariable. Para la comprensión y análisis de los datos se recurrirá a tablas de frecuencia y representaciones gráficas, como diagramas e histogramas, estadísticos de dispersión y medidas de forma, como también a los estadísticos bivariantes como la correlación la cual tendrá mucha significancia para cuantificar el grado de relación entre variables a investigar.

El presente estudio ha sido dividido seis capítulos, donde el presente capítulo cumple una función a modo introductorio; el capítulo II presenta el marco teórico del estudio; el capítulo III nos ayuda a caracterizar la provincia de Ñuble, su población y su ruralidad; el capítulo IV hace referencia a la metodología utilizada para la obtención de datos y el posterior análisis de estos; el capítulo V entrega resultados obtenidos por medio del análisis; y el último capítulo hace reflexiones concluyentes del proceso y los resultados específicamente.

Capítulo II - Marco Teórico

Para poder obtener una correcta comprensión del siguiente estudio que presentaremos, debemos tener claridad a cerca de unos cuantos términos que se emplearán en el análisis.

Es por eso que a modo de familiarizar con términos vinculados con el estudio, en este capítulo, se analizarán y caracterizarán diferentes conceptos relacionados tales como: la ruralidad y su comparación con la transformación que ha sufrido las últimas décadas, como lo es el concepto de nueva ruralidad, el término mujer rural y su implicancia en el ámbito laboral, el endeudamiento, el consumo y la alfabetización económica.

Aproximaciones al concepto de ruralidad

Si analizamos a diversos autores con respecto al tema, podemos apreciar que muchos de ellos parten su definición de rural haciendo referencia a lo urbano. El problema de base se encuentra en la definición de lo rural como categoría residual de lo urbano, por lo cual el espacio es diferenciado de una forma arbitraria. Esta característica residual de lo rural se basa a su vez en una perspectiva implícita: la fuerte presencia de una visión dicotómica entre lo urbano y lo rural. En la realidad, más que una dicotomía, existe un continuo urbano-rural, ya que se observan variaciones progresivas desde los extremos de comunidades de tipo ideal, urbano y rural. No existe una línea natural o un punto de quiebre, sino que los cambios suelen ser graduales (Gómez, 2001; Muñoz, 2000; Pérez, 2004; Suárez & Tobasura, 2008; Castro & Reboretti, 2008).

En este mismo orden de ideas, la ruralidad por mucho tiempo ha tenido una vinculación negativa con respecto al crecimiento económico, el concepto mismo de crecimiento asociaba la noción de progreso “con una dirección de cambios que iban desde “lo rural “hacia “lo urbano”, de la agricultura a la industria, de lo tradicional a lo moderno, de lo atrasado a lo próspero. De tal manera que, bajo esta concepción, el proceso de transformación estructural significó tanto el crecimiento de sectores industriales como la

urbanización de la vida moderna. Y, simultáneamente, la desvalorización de lo rural que pasó a ocupar un papel residual en el desarrollo (Muñoz, 2000).

Por otro lado, hay una tendencia generalizada de confundir el vocablo agrario con lo rural, incluso son considerados como sinónimos, sin embargo, hay claras diferencias. El significado de lo agrario se ha construido especialmente alrededor de la tierra como suelo cultivable para el cuidado de plantas y la cría de animales y ha girado en torno a la actividad económica productiva. Con el avance de las sociedades, su significado se ha articulado a una diversidad de actividades cuyo alcance va mucho más allá de lo relacionado con la agricultura y la ganadería. Ahora incluye: silvicultura, pesca, turismo, servicios ambientales, artesanías, comercio, prestación de servicios, minería. El término rural, por su parte, ha estado más referido al ser humano y a su medio, a sus múltiples relaciones y al conjunto de sus actividades, es decir, ha tenido una connotación más socio-antropológica que productivista, la cual implica considerar aspectos relacionados también con la salud, la educación, la vivienda, la seguridad social, la dotación de servicios básicos, el patrimonio cultural, las redes sociales y el ejercicio de la ciudadanía (Suaréz & Tobasura, 2008).

Si bien ambos conceptos son diferentes, son tratados como iguales. Esta confusión ha generado que las políticas públicas y la generación de proyectos sociales, han estado dirigidas principalmente hacia lo agro, en donde los recursos no se han distribuido de una forma equitativa entre éstos, siendo el sector rural el más perjudicado.

Unas de las características más marcadas de los sectores rurales tradicionales es que la población se ocupa principalmente de actividades agropecuarias, en una baja escala, en una economía de subsistencia. Además, la población se ubica en espacios de baja densidad, con una alta dispersión y aislamiento de los habitantes, con caminos generalmente de ripio, que facilitan el tránsito con el sector y otros pueblos alejados. Se caracteriza por la ausencia de servicios básicos, como agua potable, alcantarillado, luz eléctrica, infraestructura básica, etc.

Gómez (2001), entrega las seis principales características de la ruralidad en su versión tradicional.

- 1.- La población rural se dedica casi exclusivamente a actividades agropecuarias.
- 2.- Estas actividades se encontraban regidas por ciclos naturales sin mayor capacidad de intervención del hombre.
- 3.- Esta regulación de las actividades a través de ciclos naturales genera en sus habitantes una noción del tiempo y de su uso, que contribuye a la constitución de una cultura específica.
- 4.- La población rural se encuentra dispersa en territorios de baja densidad. Se ignora el entorno “urbano” de las comunidades rurales.
- 5.- La dispersión, y relativo aislamiento, impide a estas poblaciones acceder a condiciones de bienestar (servicios e infraestructura básicos) y a los avances de la cultura (alto analfabetismo y malas condiciones de educación).
- 6.- Sub valoración de lo rural y sobre valoración de lo urbano, creando condiciones para fuertes flujos migratorios desde el campo a las ciudades.

La diferenciación rural-urbana resulta particularmente significativa debido a que delimita el ámbito de pertinencia de una serie de acciones estatales en diferentes sectores de la sociedad: se habla frecuentemente de educación rural, créditos rurales, caminos rurales, salud rural, pobreza rural, desarrollo rural, sin que la aparentemente simple definición del escenario de intervención haya sido cuestionada, como así tampoco se hayan considerado las dificultades que se plantean al momento de la utilización de los datos oficiales sobre lo rural (Castro & Reboretti, 2008; Gomez, 2001; Suárez & Tobasura, 2008).

Todos estos conceptos llevan a una valorización de lo urbano. Como se mencionó anteriormente, el desarrollo se asocia al progreso, en una sola orientación desde lo rural a lo urbano, de la agricultura hacia la industria. En otras palabras pasar de un estado atrasado, subdesarrollado a un estado considerado de bienestar.

En Chile, se considera rural todo asentamiento humano concentrado o disperso con 1.000 o menos habitantes, o entre 1.001 y 2.000, en los que menos del 50% de la población económicamente activa se dedica a actividades secundarias y terciarias. Si comparamos estas definiciones, con las de otros países sudamericanos, nos daremos cuenta que es una de las más completas. Cabe mencionar el caso Colombiano, la legislación del territorio adopta el concepto de “suelo de expansión urbana” para definir el territorio que, teniendo una vocación rural, se encuentra en los límites del área urbana y previsiblemente puede cambiar el uso del suelo hacia actividades propias del ámbito urbano (Carrasco, 2004). Hay casos preocupantes en la Región como Argentina, Bolivia, México y Venezuela, en donde el criterio para clasificar un sector como rural radica solamente en el número de habitantes por localidad (2000-2500 habitantes).

Tabla 1 Definición Urbano-Rural chilena

Definición de Población Urbana	Definición de Población Rural
La que vive en conjuntos de viviendas concentradas con más de 2.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000 habitantes con un 50% o más de su población económicamente activa dedicada a actividades secundarias y/o terciarias. Excepcionalmente se consideran urbanos los centros de turismo y recreación que cuentan con más de 250 viviendas concentradas y no cumplen el requisito de población	Asentamiento humano concentrado o disperso con 1.000 o menos habitantes, o entre 1.001 y 2.000, en los que menos del 50% de la población económicamente activa se dedica a actividades secundarias y terciarias.

Fuente: INE 2013

Nueva ruralidad

Hoy en día cuesta distinguir claramente lo rural de lo urbano. Son dos superficies que coexisten en el mismo territorio, que están en constante interacción y dependencia. Lo rural dejó de ser un área de baja densidad de población vinculada a la producción de bienes primarios o agropecuarios. Fenómenos como la globalización, la industrialización de la agricultura y la urbanización de las comunidades rurales acabaron con la versión tradicional de la ruralidad, pero no con la ruralidad. Esta nueva ruralidad que ha emergido tiene ya varias décadas de existencia, por lo que no se le puede considerar tan nueva. Lo nuevo es que ahora se observa una realidad que antes se ignoraba (Gómez, 2001; Pérez, 2004).

Pérez (2004), plantea que la nueva ruralidad abarca un conjunto de regiones y de zonas (un territorio) cuya población no solo se dedica exclusivamente a la agricultura, sino que también se desempeñan en otros sectores como la artesanía, las industrias pequeñas y medianas, el comercio, los servicios, la ganadería, la pesca, la minería, la extracción de los recursos naturales y el turismo, entre otros. Los asentamientos que hay en estas zonas se relacionan entre sí y con el exterior y en ellos interactúan una serie de instituciones públicas y privadas.

Destaca la contribución de lo rural al desarrollo sostenible, al empleo, a la reducción de la pobreza, y por tanto, al crecimiento económico. Finalmente enfatiza en la descentralización de las políticas públicas, en donde los municipios deben tener una mayor participación.

En una publicación más reciente, Pérez (2004) habla sobre la ruptura de la dicotomía urbano - rural y que estos están más interrelacionados. Además, reconoce la enorme interdependencia entre un espacio y otro, tanto en la generación de actividades productivas, de empleo, de lugar de residencia, como de entrelazamiento y complejidad de las relaciones sociales, políticas y económicas.

Reconoce la trascendental importancia del manejo, uso y conservación de los recursos naturales, así como el reconocimiento de los servicios ambientales como una forma de

dinamizar la economía de las áreas rurales y construir un proyecto de desarrollo más sostenible. Finalmente comenta sobre la revalorización de lo rural, rompiendo el mito de que lo rural solo representa lo atrasado y lo no deseable en una visión de progreso y desarrollo (Pérez, 2004).

Por otro lado, Gómez (2001), plantea que hay una estrecha relación entre la globalización y la nueva ruralidad. Que hay una movilidad desde lo urbano hacia lo rural, a diferencia de décadas anteriores, en donde el flujo era inverso, entre estos, profesionales liberales, adultos mayores, empresarios, etc.

Al igual que Pérez, se refiere a que la mayoría de los pobladores rurales no se encuentran ligada a la agricultura. Este fenómeno no es algo transitorio, sino que tiende a crecer y a consolidarse.

Las razones que explican este cambio son:

a) El proceso de modernización tecnológica lleva a que la agricultura pase a ser una actividad individual, volviendo innecesaria la necesidad de ocupar la fuerza de trabajo familiar, como ocurría con anterioridad.

b) El crecimiento de la productividad que lleva a un incremento substancial del ingreso de los agricultores.

c) El apoyo y estímulo de políticas públicas para actividades no agrícolas como una manera de desincentivar la producción agropecuaria para evitar situaciones de sobreproducción.

d) El trabajo a tiempo parcial y la pluriactividad que no se debe sólo a transformaciones internas de la agricultura sino que es la forma normal del funcionamiento de las unidades de trabajo de la familia.

En resumen podemos destacar los siguientes elementos de la nueva ruralidad:

1. Abarca un conjunto de regiones y de zonas (un territorio)
2. Sus habitantes no sólo se dedican a la agricultura (multifuncional)
3. Población heterogenia

4. Inexistencia de dicotomía Rural- Urbano, sino más bien, una relación más compleja y difícil de diferenciar.
5. Uso más responsable de los recursos naturales en los sectores Rurales.
6. Tecnologización de los sectores Rurales
7. Multidireccionalidad de las emigración Rural –urbano
8. Revalorización de lo Rural.

Desarrollo económico local

Si analizamos los resultados de la encuesta Casen 2011, podemos ver que la región del Bio- Bio, tiene un 21,5% de la población en situación de pobreza¹, ocupando el segundo lugar nacional tras la región de la Araucanía, la cual tiene un 22,9% bajo la línea de la pobreza, siendo el promedio nacional 14,4%. Por otro lado, la pobreza urbana se estimó en un 15%, en tanto, que la rural en un 10,8%. Sin embargo, la pobreza extrema es mayor en sectores rurales con un 3,2% en comparación con los sectores urbanos (2,7%) (Ministerio de Desarrollo Social, 2011).

En este contexto, el desarrollo territorial, entendido este como el conjunto de procesos sociales, culturales y económicos que promueven en un territorio (área metropolitana, centro urbano, región, provincia, municipio, etc.) el dinamismo económico. Cumple un papel fundamental para superar la situación de pobreza de sus habitantes y mejorar la calidad de vida de la población. Para lograrlo se tiene que capacitar con información y conocimiento relevante y de calidad a sus instituciones, grupos profesionales, organizaciones comunitarias, empresarios, funcionarios públicos, administradores, etc. Para que pueda organizarse y movilizarse con base a sus recursos materiales, institucionales, políticos y humanos. De esta forma la población de dicho territorio podrá definir sus prioridades y explotar sus ventajas comparativas para alcanzar competitividad

¹ La variable clave que determina la línea de pobreza es el valor de la Canasta Básica de Alimentos, (CBA), la cual en 2011 era de \$72.098, en tanto la pobreza extrema o indigencia era de \$36.049.

y poder participar en la globalización (Vásquez Barquero, 2007). Además, este autor señala que las iniciativas de desarrollo local se generan de forma “espontanea”, ya que no fueron inducidas o promovidas desde el Estado, ya que estos se encuentran más preocupados de atender las exigencias de estabilidad macroeconómica y la crisis de los sectores tradicionales. Por otro lado, destaca el fondo de solidaridad e inversión social (Fosis), en donde se les da un papel principal a los equipos territoriales, con la intención de que realicen funciones de agentes de desarrollo local en diferentes comunas rurales del país.

Por otro lado, Albuquerque (2004), expresa que la política de fomento empresarial debe insistir en la importancia de los programas específicos para reforzar las capacidades empresariales de las mujeres, quienes representan un potencial muy importante dentro del colectivo de microempresas y pequeñas empresas. En muchos casos, las fronteras entre el taller y la vivienda son bastante difusas y las condiciones de trabajo y producción afectan inevitablemente a la familia, que constituye no sólo la unidad de consumo sino la de trabajo y producción. Además, propone que deberían existir programas específicos dirigidos a personas que utilizan su propia casa como lugar para realizar su actividad productiva. A través de estos programas las mujeres pueden recibir servicios de orientación técnica, artística y empresarial, además de información sobre aspectos legales de la producción, conocimiento de productos, facilidad de acceso a las líneas de financiamiento existente, incentivo y orientación para la formación de talleres de producción comunitaria y comercialización de sus productos (Albuquerque, 2004).

La mujer rural

La mujer a lo largo de la historia, ha cumplido un rol más de género, en donde ha tenido que cumplir, funciones socialmente necesarias, tales como el cuidado de los niños, el hogar, alimentación y limpieza, las cuales son impuestas unilateralmente a las mujeres como una responsabilidad biológica o natural, limitándolas para realizar otras actividades. Estas diferencias se intensifican aún más en los sectores rurales. Sin embargo, el trabajo doméstico no se ha considerado como categoría económica, ya que, la fuerza de trabajo

de la mujer facilitan la productividad de cada miembro del hogar al mantener satisfechas las necesidades básicas, las cuales sí tienen un valor económico (Zúñiga, 2004).

En el último tiempo, las familias rurales han necesitado más recursos económicos, debido principalmente, a que sus hijos alargan el periodo educacional. Ya no basta con tener sexto u octavo año básico, como lo tenían sus padres o abuelos, incluso muchos de ellos no fueron a una escuela por vivir en un sector rural.

Otro factor, de la incorporación de la mujer al mundo laboral, es que la brecha educativa entre hombres y mujeres ha sido reducida en el último tiempo, especialmente en sectores rurales, el grado de educación alcanzado por las mujeres es superior al de los hombres. Como podemos ver en la tabla 2, la mujer tiene más años de escolaridad que el hombre, además que las nuevas generaciones tienen más estudio que sus padres. La importancia de que la mujer rural adquiera el nivel de educación secundaria reside en que sus posibilidades de empleo mejoran, especialmente en aquellos trabajos que suponen mano de obra calificada (Cepal, 2009).

Tabla 2: Promedio de años de estudio de la población rural, por sexo.

Chile	hombre	mujer	total
15 a 29 años	9.8	10.1	9.9
30 a 44 años	8.3	8.5	8.4
45 a 59 años	7.4	7.3	7.4

Elaboración propia según datos de CEPAL 2005

En este contexto la mujer ha debido incorporarse al mundo laboral, sin dejar de lado sus labores en el hogar². La multifuncionalidad del territorio le ha permitido a la mujer trabajar como microempresaria, trabajos de artesanías, como mano de obra temporal en la agricultura, ocupaciones rurales no agrícolas o actividades directamente en sectores urbanos.

² Estudios sobre la distribución del tiempo por parte de mujeres de bajos ingresos han mostrado que, aun cuando ésta participan en el mercado del trabajo, el tiempo que dedican a las tareas hogareñas no disminuye, es su tiempo libre el que en realidad se reduce.

Tanto la mujer rural, como la urbana, han tenido que enfrentar las brechas económicas en el mundo laboral. Entre hombres y mujeres en igualdad de condiciones, la mujer recibe en promedio el 47% de ingreso del hombre. Esto se explica porque, las mujeres son más “caras” para el empleador, además los gobiernos no han hecho las modificaciones laborales necesarias para que hombres y mujeres queden en igualdad de condiciones y les sea indiferente contratar a uno de ellos (Zúñiga, 2004).

El trabajo y la mujer Rural

Más allá del tamaño de la población, el concepto de ruralidad está marcado fuertemente por la variable ocupacional, donde las actividades relacionadas con la agricultura forman parte del eje central de su economía. En las últimas décadas, se ha forjado un cambio ocupacional, lo cual ha generado un acercamiento del mundo rural al urbano.

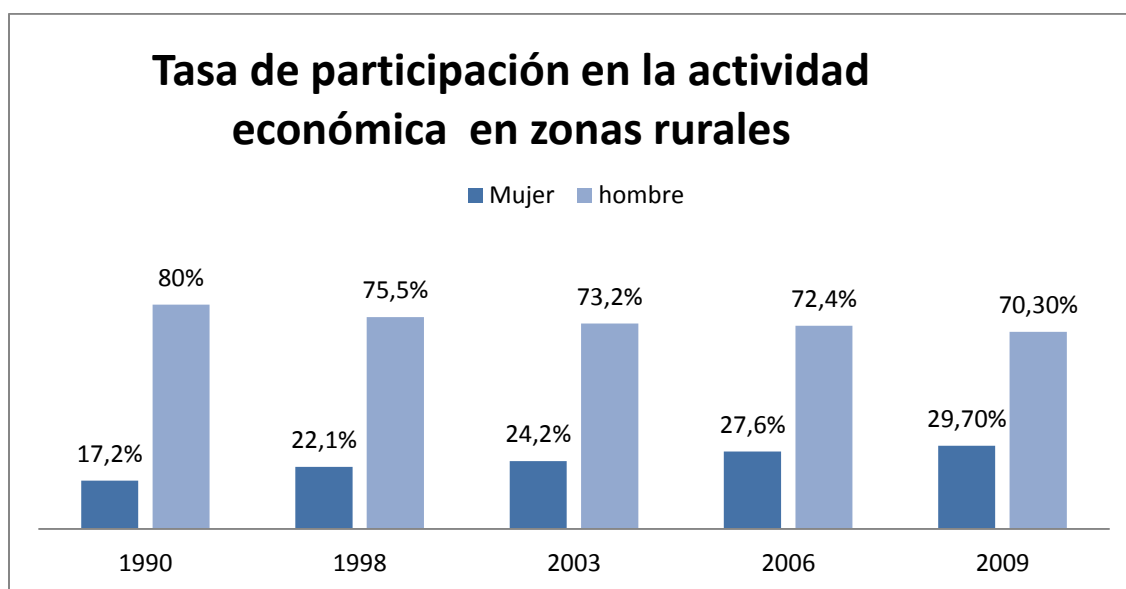
Como se ha indicado anteriormente, la globalización ha generado grandes modificaciones en diversos ámbitos en el mundo rural, las cuales se relacionan con variaciones en los patrones de cultivo, nuevas características del mercado laboral rural, como el pago y la flexibilidad de la mano de obra, e introducción de nuevas tecnologías a los sistemas de producción. En efecto, los procesos de modernización han implicado modificaciones de gran envergadura y en diversos ámbitos, las cuales se relacionan con variaciones en los patrones de cultivo; reordenamiento de la estructura de la propiedad; nuevas características del mercado laboral rural, como la asalarización y la flexibilización de la mano de obra, e introducción de novedosas tecnologías.

Uno de los rasgos que sobresale ha sido la mayor presencia de las mujeres en el contexto de una marcada feminización de la mano de obra, y en su protagonismo en las estrategias de sobrevivencia de la agricultura familiar campesina, que son complementarias al cultivo de la tierra. Sin embargo, dichas estrategias han existido desde siempre, debido a que el ingreso de las familias rurales históricamente se ha surtido de múltiples fuentes y la mujer

siempre ha participado en su composición y en la actualidad, se trataría de un fenómeno más visible en el mercado (INE, 2008).

Si bien es cierto el trabajo femenino en las zonas rurales siempre ha existido, en las últimas décadas se ha producido un cambio de patrón y de las características de éste. En los años sesenta, por ejemplo, el trabajo femenino tenía un fuerte énfasis en las actividades del ámbito doméstico. En cambio, principalmente desde los años noventa, las mujeres ingresan con fuerza en la producción agropecuaria, ya sea como trabajadoras asalariadas, como productoras de cultivos de autosuficiencia o como microempresarias de cara al mercado. Si analizamos la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional en el periodo 1990-2009, podemos ver un sostenido incremento en la participación de la mujer en la actividad económica, reduciendo con ello veinte dos puntos porcentuales la brecha de género (SERNAM, 2002; Ministerio de Desarrollo Social, 2011; Zúñiga, 2004).

Gráfico 1: Tasa de participación



Elaboración propia según datos Casen 1990- 2009

Muchas mujeres deben salir de su hogar para trabajar de temporeras, principalmente en épocas de verano, especialmente en el trimestre noviembre- enero, en donde se registra

la mayor cantidad de Mujeres trabajadoras estacionales, estas tienen que enfrentar difíciles condiciones de trabajo, como precariedad laboral, altas jornadas laborales, trabajos inseguros, sin contratos de trabajo, etc. No obstante las mujeres que trabajan de forma independiente en sus hogares, deben lidiar tanto con las labores del hogar como con el trabajo, lo que añade complejidad al momento de definir cuándo se está “trabajando” y cuándo no. Sin embargo, las labores domésticas de la mujer no se consideran como categoría económica, son consideradas como población inactiva en edad de trabajo. Dicha clasificación desconoce o subestima el aporte que las mujeres realizan a los ingresos familiares y que ha sido estimado en alrededor de un 30% (Indap-IIICA, 1999, citado por Sernam, 2002; INE, 2008).

Endeudamiento

Este concepto hace referencia específicamente al conjunto de obligaciones de pago contraídas por una nación, empresa o persona (RAE). Las deudas son adquiridas con el fin de aumentar la capacidad de recursos, monetarios o materiales, para satisfacer alguna necesidad que no pueda ser saciada con recursos propios y tenga que recurrirse al financiamiento de terceros.

Según Lea (1993, citado por Salazar & González, 2013) la razón principal por la cual las personas adquieren una deuda es la respuesta racional a la condición de pobreza, es decir, endeudarse por no poseer los recursos monetarios para subsistir excediendo los niveles de consumo. Aunque esta es la principal razón, existe igual otro motivo bastante importante, por el cual deben estudiarse patrones sociales y personales que condicionan esta actitud hacia el endeudamiento.

El acceso al crédito y a una oferta más amplia y cercana de bienes que mejoran la calidad de vida, pero no de primera necesidad, hace que los individuos sean tentados para adquirir deudas para sustentar el consumo de productos suntuarios y mejorar su nivel de vida con acceso, por ejemplo, a artículos tecnológicos.

Cuando las personas no pueden satisfacer sus necesidades con sus capacidades de consumo presente, estas recurren a sacrificar el consumo futuro, del cual sustentan sus

proyectos y objetivos de largo plazo. Es por este hecho que podemos asegurar que el endeudamiento está compuesto por una variable económica y otra psicológica. Esta última se vislumbra en el hecho de que el consumidor no toma las decisiones solo con la finalidad de maximizar la utilidad, sino que además este tiene en cuenta al momento de elegir las múltiples necesidades de consumo para satisfacer sus diferentes carencias.

Con la instauración de un modelo económico mucho más liberal con rasgos capitalistas a fines del siglo pasado, se han ampliado considerablemente las formas, y sobre todo las fuentes, para conseguir recursos o financiamiento. Este aumento de las posibilidades de acceso al crédito es brindado por instituciones bancarias y no bancarias, generando una masificación en el uso de las tarjetas de crédito, entregando una mayor oferta crediticia y la intensa competencia de este mercado, donde han tomado bastante relevancia las instituciones no bancarias como lo son las casa comerciales (Chovar, Elgueta & Salgado, 2010). La emisión de tarjetas de créditos de casas comerciales era tres veces superior que el de las entidades bancarias, donde los primeros, en 2009 tenían emitidas más de 15 millones de tarjetas (Superintendencia de bancos e instituciones financieras, 2010 citado por Chovar et al, 2010).

La sociedad actual en la cual nos desenvolvemos se caracteriza en este punto por sentirse bastante cómoda contrayendo y manteniendo deudas. Además esta sociedad no considera como un atributo valorado en la normalidad el hecho de mantenerse distante de las deudas (Salazar & González, 2013). Estas características llevan a identificar esta sociedad como reactiva más que proactiva, ya que hoy para afrontar emergencias económicas se prefiere optar por el crédito más que por el ahorro previo, inclusive algunos individuos recurren a estas fuentes de financiamiento para sustentar necesidades económicas cotidianas.

El nivel de endeudamiento en el país es de cierta manera peligroso, debido a que “La encuesta financiera de los hogares” nos indica que existe en Chile un 66% de hogares endeudados, y otro 8% se encuentra de peor manera sobre-endeudados (Banco Central, 2007).

En el 2007 la Superintendencia de bancos e instituciones financieras (SBIF), indicó que las mujeres eran menos propensas a adquirir deudas de tipo comercial en relación a los hombres y que también poseían un mejor comportamiento de pago en el sistema bancario.

Actitud frente al endeudamiento

La actitud hacia el endeudamiento no es nada más que la predisposición de los individuos a responder frente al endeudamiento de una forma característica, ya sea esta la aceptación (Hedonismo) o el rechazo (Austeridad) al endeudamiento (Denegri, 1999).

Estudios indican que las personas con una perspectiva de poseer un estilo de vida más elevado y que poseen niveles de ingresos inferiores al promedio, desarrollan hábitos de compra caracterizados por la impulsividad y mantienen una elevada tolerancia a la deuda. Como también, existe una correlación positiva entre el monto total de la deuda y la actitud hacia el endeudamiento, es decir, que las personas que más toleran estar endeudadas, son las que poseerán una cantidad de deuda real mayor que la gente que tiende a ser preferente por consumo futuro (Boddington & Kemp, 1999 citado por Denegri, Cabezas, Del Valle, González & Sepúlveda, 2012).

En general, los individuos no se preocupan por las variables que inciden en la toma de decisión racional al momento de adquirir una deuda, como la tasa de interés, cuanto se cobra por una transacción o por los costos en el retraso de los pagos de cuotas. Esta despreocupación es generada en su mayoría por una carencia en la información de la educación financiera, por el desconocimiento de las variables relevantes y la manera de aplicarla y que éstas ayuden a la toma de decisión. Es por esto que la alfabetización económica es una cuestión esencial para que los individuos tengan juicios racionales en sus resoluciones financieras (Legér Marketing, 2001 citado por Salazar & González, 2013).

Consumo

Este término está asociado al acto mismo usar o utilizar combustibles, bienes o servicios con la finalidad de satisfacer una necesidad o un deseo puntual.³

³ Según RAE

En la sociedad que hoy convivimos se ha creado una cultura de hiperconsumo, en comparación con los años sesenta, donde los productos que simbolizaban el consumismo eran mayoritariamente familiares: el auto, los electrodomésticos, el teléfono, la televisión. En comparación con la actualidad, donde esta era pasa por un periodo de revolución consumista, en la que el bien afecta esencialmente al individuo: el computador personal, el teléfono móvil, los videojuegos, el Smartphone. Lo que nos indica que la evolución de los productos, y por ende, del consumo. El cual ha pasado de ser de un conjunto familiar, a apuntar a uno de mayor referencia en lo individual (Lipovetsky & Serroy, 2010).

A partir de la década de 1970, cuando se implantó la economía de libre mercado en nuestro país, se han producido profundos cambios en los comportamientos de los distintos agentes que influyen en la economía (Godoy, 2011 citado por Salazar & González, 2013). Donde las familias pasaron de dar una relevancia del 70% de los ingresos a bienes de primera necesidad como transporte y alimentación, a darle un mayor peso relativo a bienes suntuarios⁴. De este modo como el gasto en ítems como salud y educación han sido postergados y desplazados por debajo de estos bienes de segunda necesidad.

Es por esto que los niveles consumo ha llegado a convertirse en un criterio que determina la pertenencia o integración a los diferentes grupos sociales que existen. El problema de este criterio de diferenciación es que los aumentos de los niveles de consumo se sustentan en su gran mayoría en una dependencia del acceso a créditos de consumo.

Otro vicio ligado al hecho de que los distintos grupos sociales tienen niveles de consumo característicos, radica en que si los individuos se comparan dentro de un grupo social de referencia distinto y mayor al status socioeconómico real en el cual se encuentra, asumirá patrones de consumo mayores a los que le permiten sus recursos monetarios, comportamiento que hará que estos individuos tiendan a un estado de endeudamiento y sobreendeudamiento.

⁴ RAE: Bienes pertenecientes o relativos al lujo

El comportamiento de los consumidores no es un asunto muy fácil de entender o de predecir, es más bien un proceso complejo donde intervienen factores cognoscitivos, emocionales, actitudinales y motivacionales, entre otros (Denegri, 1999). Las tendencias que presentan los consumidores que se pretenden estimar como la constancia en la compra, recomendaciones de productos a otros, clasificaciones o creencias acerca de estos, entre otras, tienen una dependencia importante de la actitud de los individuos.

Alfabetización Económica

Se entiende por alfabetización económica como el cúmulo de conocimientos de conceptos económicos y financieros, como también la destreza y actitud que les suministran a las personas la capacidad de poseerlos. La correcta interpretación de acontecimientos de esta naturaleza que puedan afectarlos tanto directa como indirectamente, y en base a esta información inferida poder tomar decisiones correctas (Denegri, 1999).

El autor Yamane (1997) nos indica que *“la alfabetización económica corresponde a aquellos elementos conceptuales y prácticos que permiten al sujeto comprender varias actividades económicas a las que está expuesto cotidianamente, por ejemplo, la compra y venta de bienes, la ganancia, el valor de las monedas y de billetes, el cobro de un salario, el saber qué son y en qué consisten algunas ocupaciones, por mencionar sólo algunas.”* (Citado por Salazar & González, 2013: 21).

Haciendo una analogía, participar en un mundo económico o tomar una decisión de esa índole sin poseer las habilidades y competencias acerca de la asignación y/o distribución de los recursos, es como intentar enterarse de una noticia en el diario o comprender un libro sin saber leer.

La alfabetización económica es importante para para que se tomen decisiones más conscientes y consistentes con respecto a la situación que enfrentan en cada momento

(Denegri y Martínez, 2005; Yamane, 1997 citado por Godoy, 2011). Estudios confirman el hecho de que los individuos que poseen conocimientos y capacidades acerca de la administración financiera logran manejar más eficientemente sus recursos, y además, poseen mayor tendencia al éxito y a la felicidad. Estos factores radican en que la actitud hacia el dinero y el uso mismo de este tienen una influencia directa en las relaciones interpersonales, la estabilidad familiar y los buenos resultados laborales (McElprang, Haskell y Jekins, 2005 citado por Godoy, 2011: p 5).

Para concluir, es necesario tener en cuenta que en la toma racional de decisiones no solo deriva de los supuestos conductuales de la teoría económica y los conocimientos que las personas posean sobre el mismo, sino que también, la determinación del endeudamiento tiene un fuerte componente psicológico (Boddington, 1999 citado por Salazar & González, 2013), ya que muchas personas adquieren bienes y servicios para aparentar o imitar un estilo de vida que se encuentra por sobre sus ingresos reales.

Capítulo III – Caracterización de la población a estudiar

Para situarnos más aún en el tema de estudio, entregaremos cierta información relevante para conocer el lugar en donde vive la población a investigar, tal como las características geográficas y demográficas de la provincia, divisiones territoriales y los porcentajes de ruralidad que esta posee, comparándolas con los índices nacionales y regionales.

Provincia de Ñuble

La provincia de Ñuble pertenece a la VIII Región del Biobío, en el centro sur de nuestro país. Es la segunda provincia más grande de la región, de un total de cuatro, en cuanto a superficie (13.058 km²) y cantidad de población (458.770 habitantes).



Provincia de Ñuble

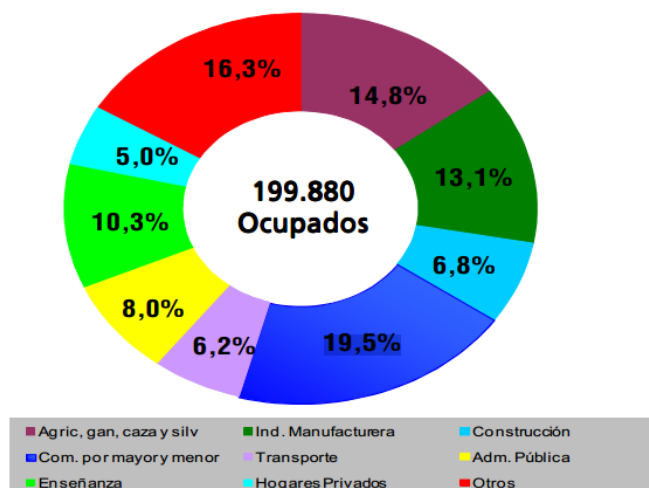
Fuente: Gobernación de Ñuble

La provincia posee un total de 21 comunas, siendo su capital, Chillán. Una gran ventaja que posee es su diversidad territorial, derivada de su característica de poseer tanto como cordillera, como costa (Ministerio de economía, fomento y turismo., 2010).

La provincia de Ñuble limita al norte con la Región del Maule; al sur, con la provincia de Biobío; al este, con La Cordillera de Los Andes y al oeste, con la provincia de Concepción y el Océano Pacífico.

Las principales actividades económicas son el sector agropecuario⁵ y la silvícola⁶. Les sigue el sector del comercio y el de la industria manufacturera (INE, 1992 y 2002). Como se puede ver en una gráfica del porcentaje de ocupación por áreas provincial del trimestre Marzo-Mayo, donde el sector agrícola, ganadero, caza y silvicultura se encuentra en segundo lugar, después comercio por mayor y por menor (INE, 2013).

Gráfico 2: Rama de actividad económica provincia de Ñuble



Fuente: Instituto nacional de estadísticas

Destacan actividades ligadas a la fabricación y venta de productos artesanales como la alfarería en greda de Quinchamalí, tallados de madera y bordados en comunas como Coihueco, Ninhue y San Fabián de Alico. Como también el fomento en los últimos años del sector forestal con la instalación de una planta de celulosa en Nueva Aldea.

El turismo en la provincia es otra actividad que toma gran relevancia debido a la diversidad de parajes a los cuales se les puede sacar provecho, por ejemplo en la cordillera Las Termas de Chillán son un lugar preferido para vacacionar de muchas personas de la provincia como del país o de afuera de las fronteras. Existen balnearios cordilleranos en

⁵ Engloba a la actividad agrícola y la actividad ganadera o pecuaria. Ambos sectores constituidos por una actividad productora o primaria, que se lleva a cabo en tierra o sin ella y una actividad elaboradora o transformadora que puede llevarse a cabo en cualquier otro lugar. Dentro del sector agropecuario se incluye la producción de cereales, hortalizas, fruticultura, cultivos industriales, viñas y ganadería, entre otras (Fuente: SII).

⁶ La actividad silvícola comprende todas las operaciones necesarias para regenerar, explotar y proteger los bosques, así como para recolectar sus productos, es decir, las actividades de forestación y explotación o cosecha de bosques, tanto nativos como plantaciones (Fuente SII).

Los Lleuques. En la costa, Cobquecura ofrece playa y todos los atractivos que se les añade. La provincia también posee lagunas como la Avendaño en Quillón y Santa Elena en Bulnes.

La provincia también es rica en historia con personajes destacados a nivel nacional en distintos ámbitos que han nacido en esta tierra como Bernardo O’higgins, Claudio Arrau o Arturo Prat, entre otros.

El gobierno regional ha generado una división en la provincia de acuerdo a las características geográficas de esta para generar una mejor planificación, con este propósito el ministerio generó las siguientes cuatro divisiones: Valle del Itata (Coelemu, Quillón, Ránquil, Trehuaco, Cobquecura, Quirihue, Portezuelo, Ninhue y San Nicolás.), Chillán, Punilla (Ñiquén, San Carlos, San Fabián de Alico y Coihueco.) y Laja Diguillín (Chillán Viejo, Bulnes, San Ignacio, El Carmen, Pemuco, Yungay y Pinto) (Ministerio del interior y seguridad pública, 2012).

El principal centro urbano y capital provincial tiene un fuerte arraigo rural construido históricamente, expresado claramente en su identidad y arquitectura, donde un sinnúmero de elementos materiales e inmateriales reconocidos como patrimonio cultural y que caracteriza a la ciudad, tienen un arraigo en sectores rurales de diferentes localidades de la provincia, donde la mayoría de los pueblos que componen las diferentes comunas de Ñuble poseen fuertes vínculos simbólicos y estructurales con el medio rural (Fawaz & Rodríguez, 2013).

Ruralidad en Ñuble

Para comenzar a situarnos dentro de los niveles de ruralidad del sector de estudio, comenzaremos a analizar los datos del tema a nivel país, donde el 13,4% de la población no reside en un área urbana (INE, 2002) ⁷.

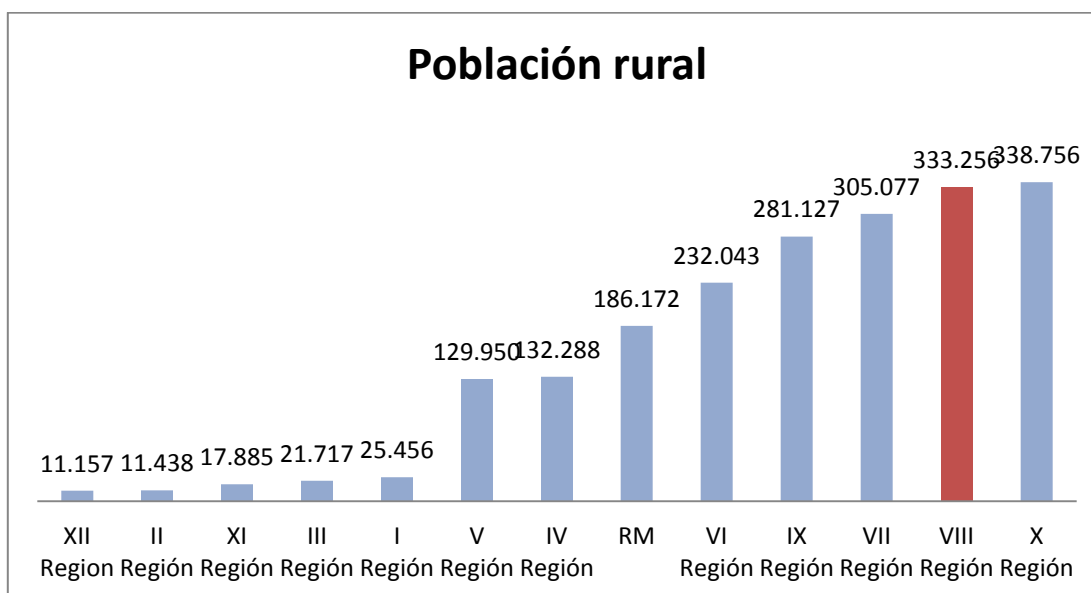
A la fecha, existían más de dos millones de personas que habitaban estas localidades, donde un 46,63% de estas eran de sexo femenino, a diferencia del sector urbano donde éstas son mayoría (51,37%), hecho que radica en la carencia o escases de fuentes de

⁷ En el estudio se han usado datos poblacionales en base al Censo poblacional del año 2002 debido a lo cuestionado del estudio más reciente realizado en 2012.

empleo que afectan sobre todo a la mujer y le dan un poco más de oportunidades a los hombres dentro de sectores industriales agrícolas.

Por su parte, la región del Bío-Bío, tiene una tasa de ruralidad superior al promedio país, concentrando el 17,9% de su población en sectores rurales, porcentaje menor debido a la gran cantidad de población total que concentra la región, la cual si comparamos en términos de población rural total se ubica en el segundo lugar, superado por un margen mínimo por la Décima región de Los Lagos, como se observa en el gráfico 3.

Gráfico 3: Población rural por región



Elaboración propia en base a datos del Censo 2002

Dentro de la segunda región con mayor población rural del país, podemos decir que Ñuble, supera con creces a las demás provincias de la región en cuanto a ruralidad se refiere. En la cual, al 2002, la población rural representaba un 34,92% del total, muy por sobre la media regional (17,9%). Sin embargo, el porcentaje de ruralidad de la provincia ha disminuido considerablemente desde los años

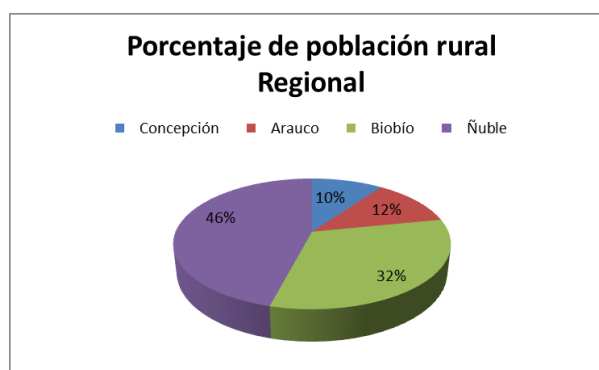


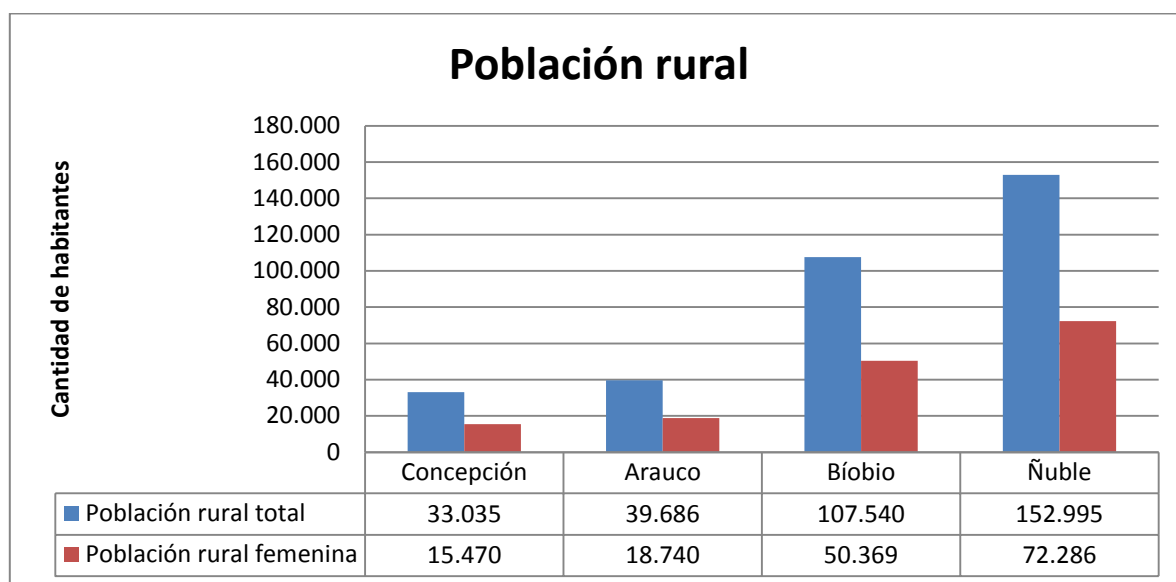
Gráfico 4 Porcentaje de ruralidad Regional por provincia

noventa a la fecha, según datos de la encuesta Casen, donde en 1990 alcanzaba el 64,2%,

llegando a situarse en los 33,7% en la misma encuesta del año 2011 (Fawaz & Rodríguez, 2013).

Comparando cantidad de población, la provincia de Ñuble también es la más rural dentro de la región, con más de 150.000 personas (Ver gráfico 5), e indicar que el porcentaje de ruralidad regional deriva en gran parte de la cantidad de población rural que posee la provincia, la cual concentra casi el 50% de la población rural de la región (ver gráfico 4). Es por esto la relevancia del estudio de la ruralidad acerca de esta provincia tan ligada al campo.

Gráfico 5: Población rural de las provincias de la región del Bío-Bío



Elaboración propia en base a datos del Censo 2002

Dentro de la propia provincia, la cual está constituida por veintiún comunas, su capital concentra el 34% de la población provincial, la cual solo posee solo un 9,11% de población rural total de la provincia.

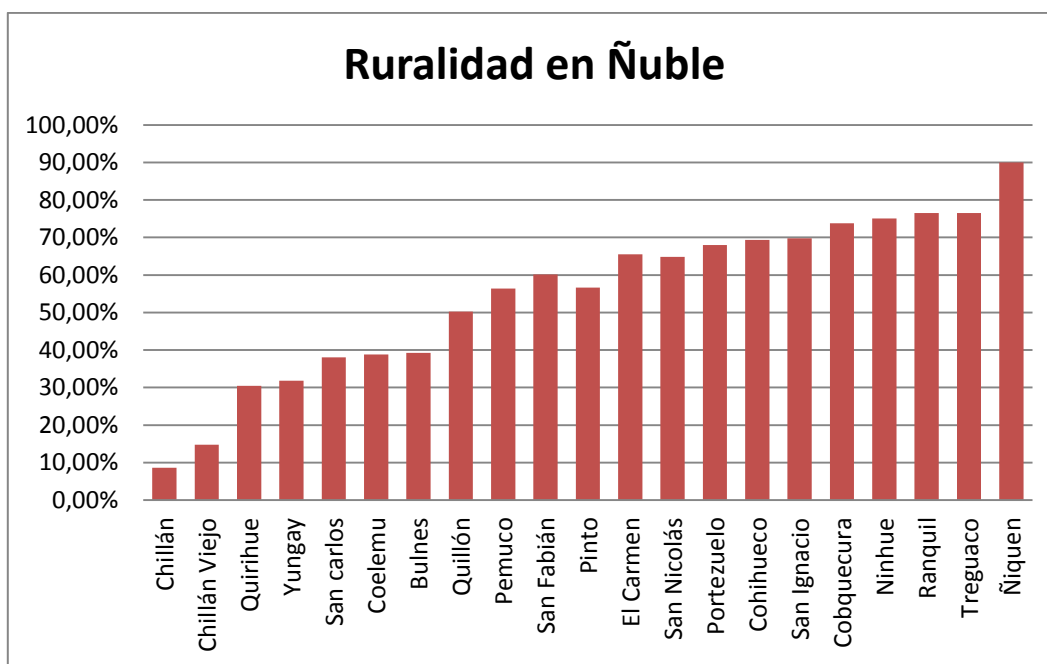
La comuna con más habitantes en sectores rurales es San Carlos la cual concentra el 13% de esta población, seguido por Coihueco. La relevancia que adquieren dentro de la población rural total regional las dos comunas en las cuales tenemos más datos, como son Bulnes y San Ignacio, son del 5,28% y 7,34% respectivamente, esta última con una

población que en casi un 70% habita sectores rurales, por su parte Bulnes solo posee un 40% de ruralidad de su población.

Por su porcentaje de población rural destacan las comunas de Ñiquen, Treguaco y Ranquil, las cuales poseen niveles altísimos, con un 89,99%, 76,49% y 76,47% respectivamente.

Cabe destacar que en catorce de las veintiuna comunas de la provincia la población se concentra en mayores cantidades en las zonas rurales que en las zonas urbanas, la cual es un signo bastante potente de que las raíces y culturas rurales son una característica muy relevante dentro de Ñuble.

Gráfico 6: Porcentaje de ruralidad en las comunas de Ñuble



Elaboración propia con base en el Censo 2002

Capítulo IV Metodología

La metodología usada en esta investigación fue de tipo exploratoria, cualitativa y cuantitativa, con el objetivo de comprobar y descubrir supuestas relaciones que existen entre fenómenos sociales de tipo económico, permitiendo descubrir nuevos hechos, datos o correlaciones entre diversas variables, con la finalidad de analizar e identificar los patrones de consumo y endeudamiento de las mujeres rurales de la provincia de Ñuble en el marco de las nuevas vinculaciones rural-urbano.

El estudio emplea un análisis descriptivo, de tipo univariado y bivariado, con información extraída por medio de levantamiento de datos para lograr especificar las propiedades, las características y perfiles importantes de las personas y los grupos que se investigan.

Sujeto de estudio

Para la presente investigación se utilizó un muestreo de tipo no probabilístico por cuotas independientes. El estudio realizado se encontró compuesto por una muestra de 177 personas de sexo femenino con residencia en sectores rurales, pertenecientes a diversas comunas de la provincia de Ñuble, las cuales son mayores de edad, categorizadas en cuatro grupos de rangos etarios que poseen ciertas características similares como Joven, adulto joven, adulto y adulto mayor.

Procedimiento

El método utilizado para el levantamiento de información fue a través de la elaboración y aplicación de una encuesta. La cual fue realizada en dos etapas distintas:

Etapas 1: Aplicación de la encuesta en el terminal rural La Merced, de la ciudad de Chillán, el cual es el principal y único punto de salida y llegada del transporte público desde las diferentes comunas de Ñuble hacia la capital provincial y viceversa, donde concurre y transita diariamente un importante número de habitantes de sectores rurales

de las diferentes comunas de la provincia. El horario de aplicación en este sector fue en el de mayor afluencia, de lunes a viernes entre las 16:00 hasta las 19:00 horas.

Etapas 2: Aplicación de la encuesta en comunidades rurales de las comunas de San Ignacio, Bulnes, Yungay, San Fabián de Alico y Pemuco.

En esta etapa concurrimos a terreno a aplicar encuestas, recorriendo distintos sectores rurales de dos comunas de la provincia. En la comuna de San Ignacio visitamos el sector de La greda, Carrizalillo, San Miguel y Santa Juana; Como también recorrimos la comuna de Bulnes, donde aplicamos la encuesta a mujeres que residen en sectores rurales como Tres esquinas, Canta Rana y el Roble, como también el sector de Santa Clara y sus alrededores, como Pueblo seco y El faro.

La aplicación de la encuesta fue realizada entre lunes a sábado, en horarios que fluctuaron entre las 10:00 hasta las 19:00 horas.

Por otra parte, se realizó la aplicación de la encuesta en otras comunas en colaboración con un conjunto de encuestadores, los cuales residen en sectores rurales de Ñuble de comunas como Pemuco, San Fabián de Alico y Yungay. Los cuales aplicaron las encuestas a otras habitantes de alrededores de su localidad durante los fines de semana.

Diseño de la encuesta

El instrumento elegido para la recolección de información fue una encuesta que constaba con cinco ítems, los cuales tenían la intención de caracterizar a las diferentes personas que componían la muestra en estudio, identificando sus comportamientos y formas de enfrentar la deuda, el consumo y otros aspectos relativos a estos, que permitiesen entregarnos más particularidades acerca de los hábitos de estos.

La encuesta fue diseñada en torno a cinco aspectos, el primero una caracterización sociodemográfica del individuo, posteriormente las fuentes de deuda, características de los hábitos de compra, la actitud frente al endeudamiento y finalmente la actitud frente al dinero (Ver anexo 1).

Aspectos sociodemográficos: en esta primera sección se solicita la información para caracterizar a los individuos como la comuna de residencia, el estado civil, el rango de edad, situación laboral e ingresos personales; para caracterizar el hogar tales como número de residentes, parentesco con el jefe de hogar y el rango de ingresos del grupo.

Además en este ítem se agregaron aspectos financieros y crediticios como tarjetas de créditos de casas comerciales, bancarias y ahorros.

Fuentes de deuda actual: Listado de 16 fuentes de deuda habituales con selección múltiple indicando No deuda (0), Deuda vigente (1) y Deuda en morosidad (2). Modificada a partir de cuestionario sobre endeudamiento y alfabetización económica de estudiantes de ingeniería comercial de la U. de Chile (Salazar & González, 2013).

Hábitos de compra: La cual busca conocer aspectos relacionados con el proceso de compra de los individuos, haciendo relevancia en lo estructurado y planificado del mismo proceso. Analizando variables que indiquen el que tan informado y racional es la toma de decisión de las personas, el cual tiene relación con el uso eficiente de los recursos económicos. Utilizando escala Likert de 1 a 3, donde 1 significa una mayor racionalidad al momento de decidir la compra, por contraparte 3 significa desinformación en el proceso.

Escala de actitud hacia el endeudamiento: Ésta escala mide la actitud de las personas hacia la deuda, a través de once preguntas en formato Likert, con cuatro opciones de respuestas a las afirmaciones, donde el individuo se puede encontrar muy en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), de acuerdo (3) o muy en acuerdo (4).

Las diversas afirmaciones de esta escala nos indican la tendencia de las personas en estudio hacia dos factores, el hedonista y el austero; los cuales analizados en conjunto generan una clasificación de cuatro perfiles (Difuso, Hedonista, Austero y ambivalente) los cuales nos entregan características de la población de acuerdo a su actitud frente al endeudamiento (Denegri et al., 2012).

Actitud hacia el dinero: ésta escala mide y nos indica la percepción y disposición que tienen los individuos frente al dinero, tomando en cuenta la influencia, el respeto, el poder, y la felicidad que las personas le asignan al hecho de poseer o no poseer dinero.

La actitud frente al dinero es medida a partir de once afirmaciones en la cual el individuo tiene cuatro opciones de respuesta en escala Likert, donde el individuo se puede encontrar muy en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), de acuerdo (3) o muy en acuerdo (4).

Análisis univariado y bivariado

El análisis univariado consiste en analizar una sola variable. Las técnicas más frecuentes de análisis univariado son la distribución de frecuencia, y el análisis de las medias de tendencia central de la variable. Los estadísticos más frecuentes son la media, la mediana, la moda, la varianza, los porcentajes acumulados, entre otros (Monsalve, 2013).

El análisis bivariado tiene como objetivo analizar si existe relación entre 2 variables diferentes. Para esta investigación utilizaremos la prueba de independencia Chi-cuadrado, la cual nos permite determinar si existe una relación entre dos variables categóricas⁸. Es necesario destacar que esta prueba nos indica si existe o no una relación entre las variables, pero no indica el grado o el tipo de relación; es decir, no indica el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia (Monsalve, 2013).

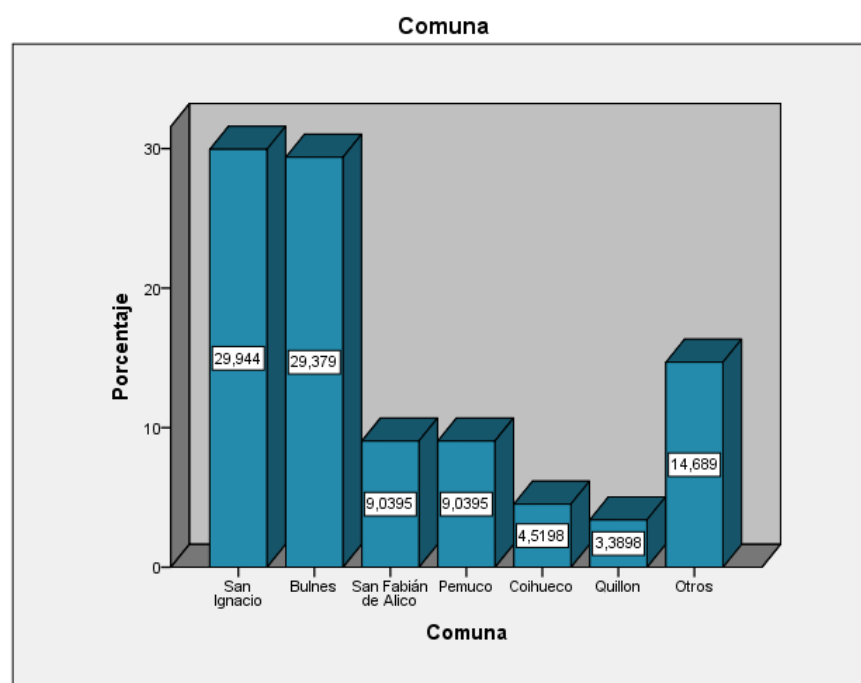
⁸ Variables categóricas: Sus valores son mutuamente excluyentes entre sí, no tienen alguna forma "natural" de ordenación. Por ejemplo, cuando sus posibles valores son: "Sí" y "No".

Capítulo V Resultados

Análisis descriptivo de la muestra

Como hemos mencionado con anterioridad, la muestra en su totalidad está compuesta por 177 mujeres que habitan zonas rurales de la provincia de Ñuble, las cuales tienen residencia en 15 de las 21 comunas de Ñuble, las cuales se concentran en San Ignacio y Bulnes, lo cual deriva de la etapa dos del proceso de recolección de datos, las cuales reúnen casi el 60% de la muestra. Otras comunas significativas dentro de la cantidad de población encuestada son Pemuco y San Fabián de Alico con un 9% de la muestra cada una, las demás comunas concentran menos del 5% cada una (ver gráfico 7).

Gráfico 7: Concentración de la muestra por comunas



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, podemos describir la muestra según su estado civil, donde el 44,63% afirmó ser casada, seguido por el 32,2% las cuales indicaron ser solteras, le siguen las mujeres que afirmaron solo convivir (10,7%), luego las viudas (8,4%) y en menor cantidad las separadas (3,9%).

Otro punto esencial para caracterizar demográficamente la muestra es la edad en la cual se encontraban las personas en estudio, las cuales se concentraron dentro del grupo más joven en mayor cantidad, significando el 36,2%, seguido por el grupo que tenía edades entre los 33 hasta los 47 años, con un 28,2% de la muestra; las mujeres entre los 48 hasta los 62 años representaron un 27,7%, siendo la población con menos representatividad las mujeres de tercera edad con solo un 7,8%.

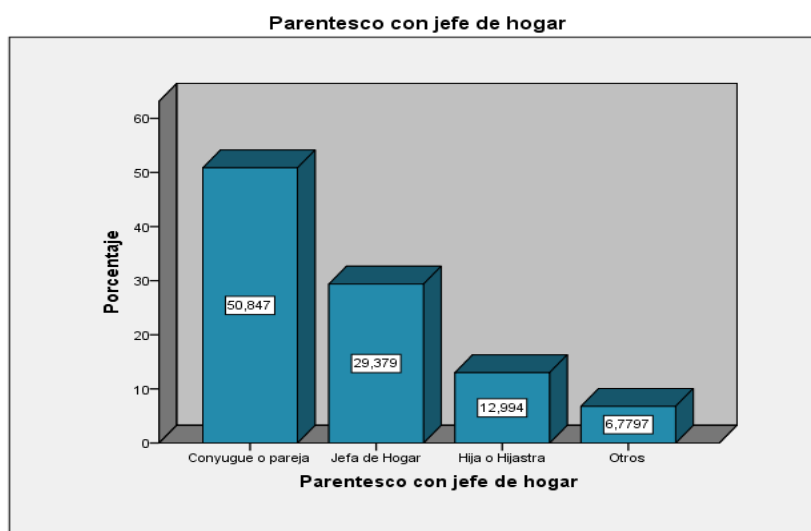
El nivel educacional más común dentro de las mujeres que componen este estudio es de la educación básica incompleta, seguido de la educación media completa, con un 27,1% y 23,7% respectivamente, destaca el 16,3% que posee educación superior y el 1,7% que carece de estudios.

Los grupos familiares de las personas encuestadas en su mayoría son compuestos por tres integrantes, con una media de 3,79, la cual nos indica que en promedio es aproximado de cuatro habitantes por hogar ($DE^9=1,609$), donde grupos familiares llegaban a estar compuesto por hasta doce personas.

Los resultados que obtuvimos en el análisis del lugar o sitio jerárquico que se ubicaban las mujeres, fue que más de tres cuartos de ellas (80,23%) se consideran dentro de la cabeza de sus familias, ya sea siendo conyugues del jefe de hogar (50,85%), y, en menor medida pero bastante significativa, siendo ellas las personas que lideran sus familias siendo jefas de hogar (29,4%). Les siguen muy por detrás las que aseguran ser hijas (12,9%), nietas (3,3%) y madres (2,26%) de los jefes (as) de hogar (ver gráfico 8).

⁹ Desviación estándar

Gráfico 8: Relación de parentesco con el Jefe de Hogar



Fuente: Elaboración Propia

Si consideramos la situación laboral de las mujeres, la muestra que estamos estudiando se encuentra en condiciones muy diversas, donde la las situación más común es ser desempleada (34,46%), sin embargo la gran mayoría de estas realiza labores de dueña de casa, la cual es la labor no remunerada más común de estas mujeres y del género en general. Por otro lado, una cuarta parte de las mujeres (24,29%) se considera dentro del grupo que posee trabajos dependientes, es decir, que poseen una relación contractual con su empleador teniendo un trabajo formal, remunerado y seguro en ciertos aspectos. En menores cantidades las mujeres son trabajadoras independientes¹⁰ y trabajadoras temporeras¹¹, con un 12,99% y un 10,17% respectivamente. Podemos decir en este punto del análisis que solo el 33,9% de las mujeres en esta muestra poseen un ingreso mensual seguro, como los son las jubiladas y trabajadoras dependientes, debido a que trabajadoras independientes y temporeras pueden variar significativamente según un sinnúmero de variables como las condiciones climáticas que afecten la oferta laboral de

¹⁰ Según la superintendencia de salud del gobierno de Chile es aquella persona que desempeña un trabajo en forma autónoma e independiente de la profesión, por lo que no se encuentra vinculada jurídicamente a algún empleador y efectúa las respectivas cotizaciones previsionales de salud de manera directa.

¹¹ Trabajador contratado provisionalmente para sustituir a alguien o para cubrir un período de aumento de actividad no cíclico

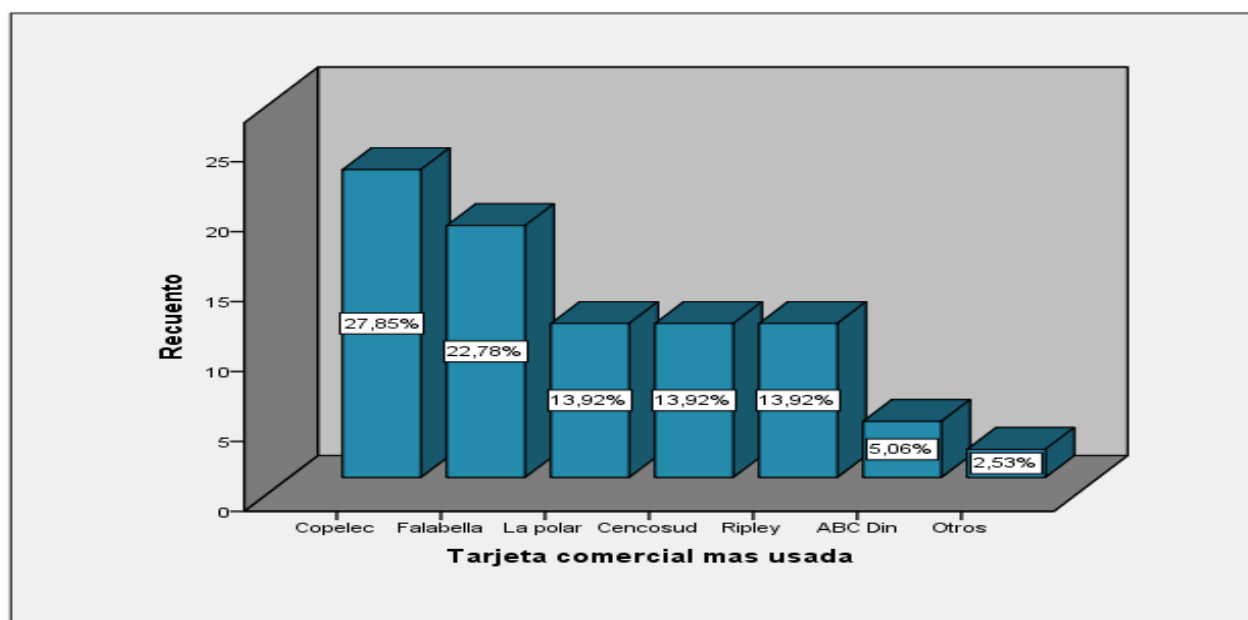
las temporeras agrícolas por ejemplo, lo cual de hace tener una gran incertidumbre y poca solidez económica al resto de la muestra.

Con respecto al ingreso de los ingresos del grupo familiar, más del 50% de las familias indican percibir menos de \$210.000; por otro lado el 26,55% menciona ganar entre \$210.000 a \$300.000, en un porcentaje menor, el 8,47% y 3,39% expresa que el ingreso del grupo familiar esta entre 300.001 a \$400.000 y \$400.001 a \$500.000 respectivamente. Cabe destacar que un 10,73% menciona tener un ingreso mayor a \$500.000.

En relación al ingreso personal de las mujeres rurales, más del 25% menciona que no recibe ingresos mensuales, un 19,21% dice recibir un ingreso menor a \$50.000, un porcentaje importante, el 24,86% expresa percibir entre \$50.001 a \$100.000. Por otro lado, un 16,95 menciona que gana entre 100.001 a \$210.000. En un porcentaje menor, el 6,21% y el 6,78% menciona ganar entre \$210.000 a \$350.000 y más de \$350.000 respectivamente.

En relación a los aspectos financieros, el 48,02% menciona tener al menos una tarjeta de crédito en casas comerciales, en tanto que, un 51,98% dice no tener ninguna tarjeta. Con respecto a la cantidad de tarjetas, un 55,42% dice tener una tarjeta, un 28,91% posee dos tarjetas y un 8,43% tiene 3 o más tarjetas comerciales. De las mujeres que poseen tarjetas comerciales, la más usada es la tarjeta del holding Copelec, con un 27,85%, en segundo lugar está la tarjeta Falabella con un 22,76%, en tercer lugar están; la polar, cencosud (Paris), y Ripley con un 13,92% cada una. Con un porcentaje menor, esta ABCDIN con un 5,06% y otras tarjetas con un 2,53% (Tricot, Johnson).

Gráfico 9: Tarjeta comercial más usada



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las tarjetas de crédito bancario, solo un 6,78% menciona tener una tarjeta en una institución financiera, en tanto, que un 93,22% dice no tener tarjeta. De las mujeres que tienen tarjeta de crédito bancario, la tarjeta bancaria más usada es la Visa, con un 75% y el 25% restante utiliza la tarjeta MasterCard (ambas tarjetas pertenecen a diferentes instituciones financieras).

En relación a los créditos actuales que poseen las mujeres, tan solo un 9,04% menciona tener un crédito de consumo¹², en tanto que un 2,26% dijo tener un crédito comercial¹³, finalmente nadie expreso tener un crédito hipotecario. El banco más utilizado, ya sea para solicitar un crédito consumo y/o comercial, es el banco estado con el 58,82%, en segundo lugar está el banco credichile, finalmente en tercer lugar están los bancos; Falabella, Chile, Santander, BCI, Ripley, con un 5,88% cada uno.

Referente a si posee ahorros en algún banco, el 39,55% expreso tenerlos, en tanto que el 60,45% no tiene ahorros. El principal banco en donde ahorran las mujeres es el banco

¹² Crédito de consumo: Extendido a personas para financiar el uso de bienes.

¹³ Crédito comercial: Extendido por los oferentes de materias primas a las empresas, o bien por éstas a los vendedores mayoristas para financiar actividades productivas.

estado con un 91,3%, en segundo lugar está el banco de Chile con un 4,3%, otros banco con un 4,3% (Falabella, Corpbanca). Además, el 48,59% dice tener cuenta Rut en el banco estado.

Si analizamos las fuentes de deuda actual de las mujeres rurales, podemos ver que en general no poseen deudas, un porcentaje menor menciona tener una deuda vigente y un porcentaje insignificante expresa tener alguna deuda en morosidad.

Si analizamos a las principales fuentes de deuda, en primer lugar están las deudas con casas comerciales (33,9%), a pesar de este porcentaje, solo un 1,13% menciona tener deuda en morosidad, lo cual refleja un uso responsable del crédito, entregado por las diferentes casas comerciales. En segundo lugar, están las cuentas de electricidad (25,4%), cabe mencionar que el pago de la luz es uno de los principales desembolsos que realizan las familias rurales. En tercer lugar, están las deudas de agua (24,0%), se puede inferir con este porcentaje que las familias rurales cuentan con el servicio de agua potable, ya que hace unos años atrás, las familias extraían el agua desde un pozo o río, lo cual tenía altos riesgos de contraer una enfermedad infecciosa. En cuarto lugar, están las deudas por televisión por cable, (11,3%), esto es el reflejo del mejoramiento de los ingresos de las familias, debido a que pueden optar a servicios que antes eran impensados. En quinto lugar, se encuentran las cuentas por teléfono (domiciliario- celular) con un 10,2% con deuda, cabe mencionar que solo un 0,6 % dijo tener deuda en morosidad, además este mayor uso de las nuevas tecnologías es el reflejo de la tecnologización de los sectores rurales. En sexto lugar, están las deudas por educación (copago) 10,2%, cabe decir que las familias rurales dejan para el final del año el pago de las cuotas de sus hijos. En séptimo lugar, están las deudas por crédito universitario, cabe recordar que un 8,4% de las encuestadas mencionó estar estudiando, por lo que una de las alternativas de financiar sus estudios es a través del crédito universitario que ofrecen las diferentes universidades de la región. En octavo lugar están las deudas con tarjeta de crédito (9,6%), sin embargo, hay un 2,3% que menciona tener deuda en morosidad. Finalmente están las deudas con familiares (7,3%), ya sea por un tema de cercanía y de tradición, los familiares son una clara alternativa a la hora de pedir un préstamo, ya sea

que estos, no cobran tasas de interés, y si las cobran son muy bajas, además, no hay que hacer tantos tramites en comparación a las instituciones financieras (ver anexo 6).

Aporte al ingreso familiar

Para calificar el aporte de las mujeres en cada grupo familiar, se compraron las respuestas en los ítems de la encuesta aplicada donde cada individuo nos señaló cuales eran los rangos de ingresos familiares mensuales y los rangos de ingresos personales que tenía cada uno.

Como la encuesta solicitaba rangos de ingresos¹⁴, se usaron los promedios de estos para determinar el aporte aproximado de cada mujer, y para caracterizar cada relación se utilizaron seis perfiles que se diferencian por el aporte aproximado de cada caso:

Tabla 3 : Aporte al ingreso familiar

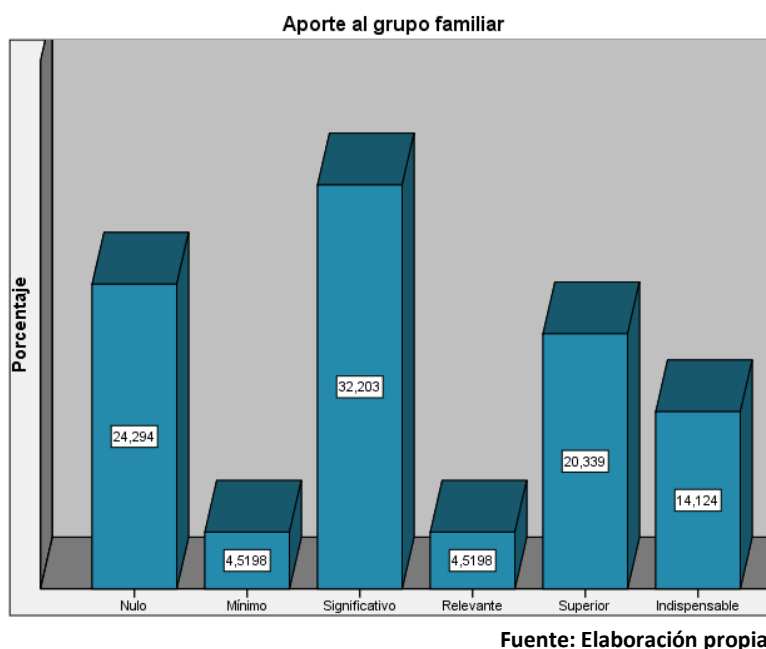
Grado de aporte	Tipo Aporte
No tiene ingresos	Nulo
1% a 20%	Mínimo
20% a 40%	Significativo
40% a 60%	Relevante
60% a 80%	Superior
80% a 100%	Indispensable

Fuente: Elaboración propia

Al aplicar este análisis que hemos explicado en los párrafos anteriores, obtenemos resultados que son muy interesantes (ver gráfico 10).

¹⁴ Se utilizaron rangos de ingreso por el rechazo de las personas rurales de entregar datos personales muy específicos y económicos a desconocidos.

Gráfico 10: Aporte económico al grupo familiar



La mayoría (32,2%) de las mujeres rurales de la provincia de Ñuble, según la muestra en estudio, tiene un aporte significativo al ingreso del grupo familiar, es decir, su ingreso representa entre un 20% a un 40% del total de la renta mensual del hogar. Le sigue en relevancia las mujeres que no tienen ingresos y por ende tienen un nulo aporte al ingreso familiar, éstas representar un cuarto del total de la muestra. Por otro lado, es interesante saber que el 34,4% de las mujeres rurales de la provincia poseen ingresos que representan más del 60% de la renta mensual del grupo familiar, donde destaca el 14,1% de la muestra que posee un aporte indispensable para el grupo familiar, el cual representa más del 80% de los recursos económicos con los que consta su hogar mensualmente.

Nivel de endeudamiento

Para determinar una aproximación al nivel de deuda que poseen las mujeres rurales, hemos comparado el monto que, indicaron, destinan al pago de deudas en promedio mensualmente, con el nivel de ingreso mensual propio (se usó el valor superior de cada rango).

Al realizar esta comparación, hemos obtenido como resultado que solo el 66,7% de las mujeres consultadas destinan ingresos propios al pago de alguna deuda. En promedio, las

mujeres que sí poseen deuda, destinan menos de la mitad de sus ingresos al pago de sus pasivos (46,7%).

Analizándolo por rango de ingresos, podemos decir que las mujeres que más destinan recursos al pago de deudas son las que poseen menores niveles de sueldos, las cuales destinan en promedio cerca del 60% a este fin, las cuales son más ligadas a cuentas de servicios básicos como los son luz y agua (Ver anexo 4). El siguiente grupo de rango de ingresos, que va desde los \$50.000 a los \$100.000, destina menos de la mitad (49%) de éstos al pago de sus pasivos. Los rangos que menos porcentaje de sus ingresos destinan al pago son los que van desde los \$100.001 a los \$210.000 y de los \$210.001 a los \$350.000, los cuales asignan un 35% y 36% en promedio respectivamente a estos fines. Finalmente, el grupo de mayores ingresos dedica el 45% de su sueldo al pago de deudas, en este caso aumenta el porcentaje debido al acceso al crédito en las casas comerciales y una relación más fuerte con la cultura urbana que tiene una mayor aceptación a la deuda.

Escala de actitudes hacia el endeudamiento

Para determinar la actitud que tienen las mujeres de la provincia de Ñuble, frente al endeudamiento se utilizó la escala creada por Denegri (2012). Esta escala tiene la finalidad de, a través de su análisis factorial¹⁵, asignar un perfil al individuo en cuestión, los cuales cuentan con ciertas características que, de alguna manera, podrán predecir conductas de éstos.

Las distintas afirmaciones por las cuales está compuesta la escala cargan significativamente a uno de los dos factores, exceptuando los ítems 3, 5 y 10. Estos valores concuerdan con los investigados, por lo cual fueron eliminados por su bajo coeficiente (significancia) en la matriz anti-imagen del análisis factorial (Denegri et al., 2012: 501).

Dentro de los ocho ítems restantes, son cinco los que cargan significativamente al factor 1 denominado Austeridad (Es preferible pagar siempre al contado; Es importante vivir según lo que se tiene; Siempre se puede ahorrar un poco de dinero; Es importante

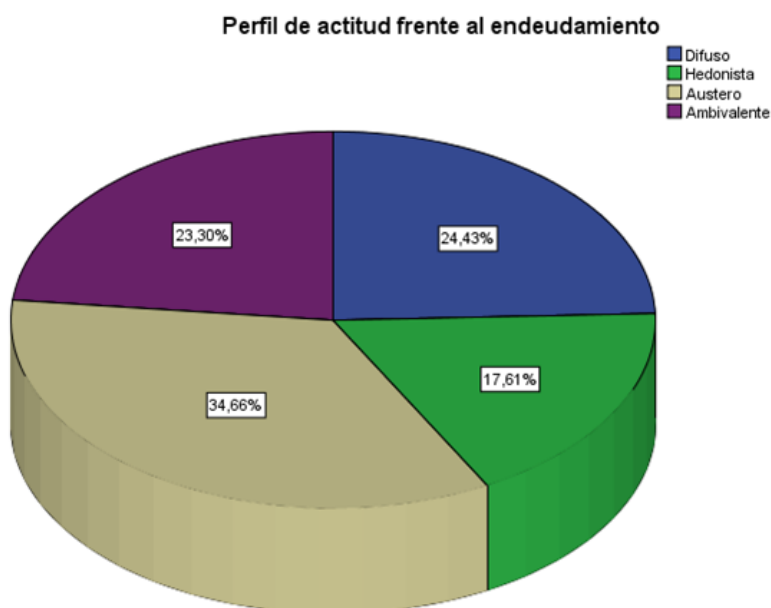
¹⁵ Es un conjunto de técnicas de análisis multivariado de interdependencia, con énfasis en las variables. Su objetivo principal es la reducción de variables o el resumen de datos.

pagar lo antes posible; Hay que ser cuidadoso con el gasto del dinero) y los tres restantes hacen lo mismo con el factor 2 llamado hedonismo (El crédito permite tener una mejor calidad de vida; Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después; Pedir un préstamo es a veces una buena idea), resultados que se verificaron y se compararon (obteniendo la carga significativa de las variables hacia los mismos factores) con la matriz de componentes aplicada a nuestra base de datos en estos ocho ítems, la cual contiene las correlaciones entre variables originales y cada uno de los factores. El porcentaje de la varianza explicada por el Factor 1, Austeridad, corresponde a 37,94 %, mientras que el Factor 2, Hedonismo, explica el 19,24% de la varianza, ambos factores explican el 57,18% de la varianza, Como se indica en la tabla de Varianza total explicada, siendo el método de extracción el Análisis de Componentes Principales (Ver anexo 2).

Al relacionar los dos factores obtenidos, Denegri indentifica la existencia de cuatro perfiles actitudinales, los cuales son difuso (baja austeridad y bajo hedonismo), hedonista (baja austeridad y elevado hedonismo), austero (elevada austeridad y bajo hedonismo) y ambivalente (ambos factores elevados).

La aplicación de esta escala de actitud hacia el endeudamiento nos entregó los siguientes resultados:

Gráfico 11: Perfil de actitud frente al endeudamiento



Fuente: Elaboración propia

El perfil más frecuente dentro de la muestra en estudio resultó ser el austero (34,7%), el cual se caracteriza por presentar un estilo actitudinal en el que se enfrenta con cautela al endeudamiento y orienta sus acciones hacia un manejo más tradicional de los recursos financieros, basado en la tendencia a ahorrar y evitar el crédito.

El segundo perfil más común resultó ser el difuso, con un poco menos de un cuarto de la muestra, en el cual coexisten actitudes negativas ligadas a los dos factores que determinan el perfil, es decir, son sujetos cuyo perfil actitudinal frente al endeudamiento aún no se encuentra definido, por lo cual se puede inferir que son personas en transición y adaptación en este sentido, por lo cual puede esperarse que estos procedan a tender en el futuro indistintamente a cualquiera del resto de los perfiles.

El tercer perfil más común dentro de esta muestra ha sido ambivalente (23,3%), en el cual coexisten actitudes positivas ligadas a los dos factores que determinan el perfil, es decir, se le atribuyen actitudes que valoran el ahorro y el uso adecuado de los recursos financieros, como también actitudes asociadas a la aceptación del uso del crédito y el endeudamiento como solución viable a la satisfacción de necesidades ligadas a la adquisición de algún producto o servicio.

El perfil menos común dentro de ésta muestra resultó ser el hedonista (17,6%), el perfil hedonista, el cual, en contraposición al austero, consta de un actuar tendiente a la aceptación del endeudamiento y proclives a contraer créditos sin evaluar las consecuencias.

El elevado resultado de la tendencia de la muestra hacia un perfil austero, tiene una fuerte relación con las características culturales propias de las zonas rurales, las cuales tienen un carácter fuertemente tradicional, ligadas a otorgarle un alto grado de valor a una vida más sobria, la importancia del trabajo esforzado y sacrificado, así como un cierto rechazo al lujo y a la ostentación.

Al comparar los perfiles obtenidos por las diversas mujeres con el rango de las edades en las cuales estas fluctúan, podemos ver una clara tendencia que indica que a mayor edad existe una menor cantidad de población que se caracteriza por un perfil hedonista, donde el 41% de las personas hedonistas de la muestra pertenecen al grupo etario más

joven, por contraparte, las personas del rango etario mayor solo representan un 6,5% de éstos, y que dentro de su mismo grupo de edad, la mitad de las personas de mayores poseen un perfil austero (ver anexo 3).

Ésta relación está dada claramente por el apego a las características culturales tradicionales arraigadas con mayor fuerza en la gente que ha vivido en estas zonas desde hace mucho más tiempo, las cuales tienen una menor vinculación con las características ligadas a la nueva ruralidad y al mundo urbano en general.

Actitud frente al dinero

El apartado que hace referencia a la actitud hacia el dinero (Ver anexo 1), como se mencionó anteriormente, estaba compuesto por once afirmaciones referentes al tema, para cada una de las cuales existían cuatro posibilidades de respuestas, las cuales podían tener una tendencia positiva hacia el dinero: muy de acuerdo y de acuerdo; como una actitud negativa: Muy en desacuerdo y en desacuerdo.

A modo de analizar la encuesta se le reasignaron valores según fuesen positivas o negativas y según su grado de sensación, donde: Muy en desacuerdo (-2), en desacuerdo (-1), de acuerdo (1) y muy de acuerdo (2). Como también, previamente a este cambio de valores, se debió invertir la puntuación de las afirmaciones 5 y 9, debido que hacían referencia al dinero de modo negativo.

Posteriormente se calcularon las sumas para cada caso, definiéndose como media neutral el valor cero (0).

Se utilizó la desviación estándar de las sumatorias de los distintos casos para dar rangos al perfil medio de neutralidad, es decir, las personas clasificadas con una actitud neutral hacia el dinero se encuentran por media desviación estándar por sobre el cero, o media desviación estándar por debajo de cero.

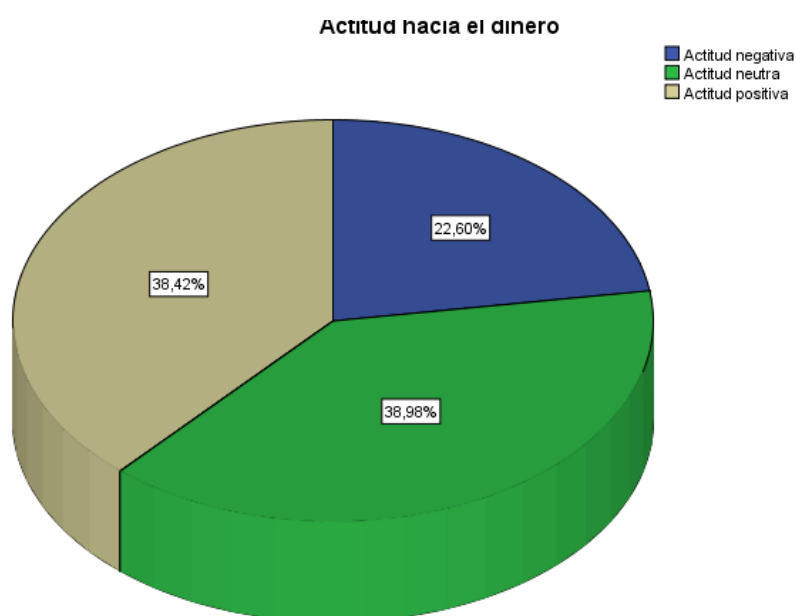
Por ende, los casos que poseen valores inferiores a la mitad de la desviación estándar negativa son catalogados con una actitud negativa al dinero. Por contraparte, los

individuos que poseen valores superiores a la mitad de la desviación estándar, son clasificados con una actitud positiva al dinero.

A través de este análisis podemos conocer la actitud que poseen las mujeres rurales de la provincia de Ñuble hacia el dinero, las cuales en un 38,4% de nuestra muestra poseen una actitud positiva, las cuales ven la tenencia de recursos económicos como un sinónimo de la posesión de respeto, influencia, poder y hasta la felicidad, dando una gran importancia a la abundancia o carencia de este para cumplir objetivos y metas o influir en su actitud. Por el contrario, existe un número menor de la muestra (22,6%) que presentan una actitud negativa frente al dinero, es decir, para estas el dinero no es sinónimo de los conceptos que indicamos anteriormente, y además, ven al dinero como un bien que puede afectar de manera negativa el actuar de las personas, atribuyéndole características adversas.

Por último, la mayoría de los individuos de la muestra fueron calificados con una actitud neutra hacia el dinero, por ende se considera que estos no atribuyen ni características positivas muy fuertes, ni características negativas muy fuertes frente a las personas que poseen dinero o la misma acción de poseerlo (Ver gráfico 12).

Gráfico 12: Actitud hacia el dinero de las mujeres rurales de Ñuble



Análisis bivariado de la muestra

Tabla 4: Relación de estado civil con nivel de ingresos personales.

		Ingresos personales						Total
		No tiene ingresos	Menor a 50.000	entre 50.001 a 100.000	100.001 a 210.000	210.001 a 350.000	mayor a 350.000	
Estado Civil	Soltera	36,8%	12,3%	10,5%	22,8%	10,5%	7,0%	100,0%
	Casada	17,7%	29,1%	29,1%	11,4%	6,3%	6,3%	100,0%
	Viuda	6,7%	13,3%	40,0%	40,0%			100,0%
	Separada	14,3%	14,3%	42,9%	14,3%		14,3%	100,0%
	Convive	31,6%	21,1%	31,6%	5,3%		10,5%	100,0%
Total		24,3%	20,9%	24,9%	16,9%	6,2%	6,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según el estadístico chi- cuadrado, con una significancia del 0,016%, podemos decir que existe relación entre el estado civil y los ingresos personales de las mujeres. Cabe destacar que solo el 17,7% de las casadas no recibe ingresos, por otro lado, el 29,1% de estas, tiene un ingreso entre 50.001 a \$100.000, y en el mismo porcentaje, tienen un ingreso menor a \$50.000. Por otro lado, cabe señalar, que el 31,6% de las mujeres que convive con su pareja no recibe ingresos, además en el mismo porcentaje, tiene un ingreso entre \$50.001 a \$100.000.

Tabla 5: Relación de parentesco con el jefe de hogar con ingresos personales

		Ingresos personales						Total
		No tiene ingresos	Menor a 50.000	entre 50.001 a 100.000	100.001 a 210.000	210.001 a 350.000	mayor a 350.000	
Parentesco con jefe de hogar	Jefa de Hogar	3,8%	25,0%	38,5%	23,1%	5,8%	3,8%	100,0%
	Conyugue o pareja	25,6%	24,4%	25,6%	10,0%	7,8%	6,7%	100,0%
	Hija o Hijastra	52,2%	4,3%	4,3%	21,7%	4,3%	13,0%	100,0%
	Madre	50,0%	25,0%		25,0%			100,0%
	Nuera				100,0%			100,0%
	Nieta	66,7%			16,7%		16,7%	100,0%
	No familiar				100,0%			100,0%
Total		24,3%	20,9%	24,9%	16,9%	6,2%	6,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según el estadístico chi- cuadrado, con una significancia del 0,003%, podemos decir que existe relación entre el parentesco con el jefe de hogar y los ingresos personales. Cabe destacar a las mujeres jefas de hogar, en donde el 61,6% gana entre \$50.001 a \$210.000. Cabe mencionar que en Chile, la definición jefatura de hogar¹⁶ se vincula al mayor aporte económico de uno(a) de sus miembros a la economía familiar, el que a su vez es reconocido(a) por éstos como autoridad principal (INE, 2008). Por otro lado, las conyugue o parejas, cumplen un destaco papel en la economía familiar, ya que un 35,6 % de estas, recibe un ingreso entre \$50.001 a \$210.000.

Es interesante también, notar una relación (con una significancia de chi – cuadrado de 0,00%) positiva entre el aporte al ingreso del grupo familiar con el hecho de que la mujer sea la jefa de hogar, donde la tabla de contingencia entre estas dos variables (Ver anexo 5), no indica que de las mujeres que se considera jefa de hogar solo el 3,8% no tiene ingreso, y por otro lado el 57,7% de las jefas de hogar tiene un aporte superior al 60% del ingreso del grupo familiar.

Tabla 6: Relación de nivel educacional con ingresos personales

		Ingresos personales						Total
		No tiene ingresos	Menor a 50.000	entre 50.001 a 100.000	100.001 a 210.000	210.001 a 350.000	mayor a 350.000	
Nivel educacional	Sin estudios		66,7%		33,3%			100,0%
	Básica incompleta	10,4%	39,6%	39,6%	8,3%	2,1%		100,0%
	Básica Completa	24,1%	13,8%	34,5%	27,6%			100,0%
	Media incompleta	34,6%	19,2%	23,1%	15,4%	7,7%		100,0%
	Media completa	35,7%	14,3%	14,3%	21,4%	9,5%	4,8%	100,0%
	Educación superior	24,1%	3,4%	10,3%	13,8%	13,8%	34,5%	100,0%
Total		24,3%	20,9%	24,9%	16,9%	6,2%	6,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según el estadístico chi- cuadrado, con una significancia del 0,00%, podemos decir que existe relación entre el nivel educacional y los ingresos personales, como podemos ver en la tabla 5, a mayor grado de escolaridad los ingresos aumentan. Esto concuerda con la teoría económica la cual plantea que a mayor años de escolaridad mayor renta.

¹⁶ Se define al jefe de hogar como la persona que es reconocida como tal por los demás miembros del hogar.

Tabla 7: Relación de estado civil con la posesión de tarjetas de casa comerciales

		Tarjeta casa comercial		Total
		Si	No	
Estado Civil	Soltera	40,4%	59,6%	100,0%
	Casada	58,2%	41,8%	100,0%
	Viuda	26,7%	73,3%	100,0%
	Separada	71,4%	28,6%	100,0%
	Convive	36,8%	63,2%	100,0%
Total		48,0%	52,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según el estadístico chi- cuadrado, con una significancia del 0,043%, podemos decir que existe relación entre el estado civil y si posee tarjetas de casas comerciales. Cabe mencionar que un 71,4% de las separadas tiene tarjeta en alguna casa comercial, por otro lado, hay un 58,2% de las casadas que también posee alguna tarjeta. En tanto, las viudas, un 73,3% de ellas expresa no tener ninguna tarjeta.

Tabla 8: relación de estado civil con situación laboral

		Situación laboral						Total
		Estudiante	Desempleada	Jubilada	Trabajadora independ.	Trabajadora Dependiente	Trabajadora temporera	
Estado Civil	Soltera	24,6%	21,1%	3,5%	7,0%	33,3%	10,5%	100,0%
	Casada		40,5%	7,6%	22,8%	22,8%	6,3%	100,0%
	Viuda		26,7%	46,7%	13,3%	13,3%		100,0%
	Separada		28,6%	14,3%		28,6%	28,6%	100,0%
	Convive	5,3%	52,6%	5,3%		10,5%	26,3%	100,0%
Total		8,5%	33,9%	9,6%	13,6%	24,3%	10,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según el estadístico chi- cuadrado, con una significancia del 0,00%, podemos decir que existe relación entre el estado civil y la situación laboral de las mujeres. Si bien un 40,5% de las mujeres casadas se encuentra desempleado, estas realizan una gran labor familiar que muchas veces es subestimada. Cabe destacar que un 45,6% de las casadas trabaja, ya sea de forma independiente o dependiente. Por otro lado, más del 50% de las mujeres que convive se dedica a labores del hogar y un 26,3% se dedica a trabajar de temporeras en épocas de verano, principalmente el trimestre diciembre- febrero.

Tabla 9: Relación de posesión de tarjetas de casa comerciales con el perfil hacia el endeudamiento

	Perfil de actitud frente al endeudamiento				Total
	Difuso	Hedonista	Austero	Ambivalente	
Tarjeta casa Si	30,2%	54,8%	42,6%	68,3%	47,7%
comercial No	69,8%	45,2%	57,4%	31,7%	52,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Según el estadístico chi- cuadrado, con una significancia del 0,004%, podemos decir que existe relación entre el perfil hacia el endeudamiento y la posesión de tarjetas de casas comerciales. El análisis nos indica que las mujeres que tienen un perfil hedonista, en su mayoría, si poseen tarjetas de casa comerciales (54,8%), por contraparte, Las mujeres que pertenecen a un perfil austero, principalmente no tienen tarjetas con casas comerciales en su mayoría (57,4%), lo cual es un hecho que tiene bastante lógica. Pero un caso interesante, es el alto porcentaje de individuos con perfil ambivalente (68,3%) que tienen tarjetas, hecho que sería condescendiente con el elevado factor hedonista de dicho perfil, pero se contradice con el alto factor austero del mismo, el cual podría ser atribuido a la deseabilidad social de poseer estas características, las cuales son auto atribuidas por dichos sujetos.

Tabla 10: Relación del perfil de actitud frente al endeudamiento con la actitud al dinero

		Actitud al dinero			Total
		Actitud Negativa	Actitud Neutra	Actitud Positiva	
Perfil de actitud frente al endeudamiento	Difuso	32,6%	51,2%	16,3%	100,0%
	Hedonista	6,5%	38,7%	54,8%	100,0%
	Austero	27,9%	37,7%	34,4%	100,0%
	Ambivalente	17,1%	29,3%	53,7%	100,0%
Total		22,7%	39,2%	38,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Es interesante el comprobar que existe una relación entre la actitud frente al endeudamiento y la actitud frente al dinero, con un estadístico de Chi-cuadrado de 0,003, donde podemos inferir a través de la tabla de contingencia que más de la mitad de las personas que poseen un perfil hedonista y ambivalente tienen una clara actitud positiva frente al dinero, el cual deriva de su alto factor de hedonismo el cual acepta el endeudamiento y entrega características positivas a la posesión de bienes, los cuales obviamente se vinculan con el dinero. Cabe destacar también el elevado porcentaje de neutralidad frente al dinero del perfil difuso, el cual no tiene una clara tendencia ni al ahorro ni al endeudamiento.

Capítulo VI Conclusiones

Esta investigación tenía como objetivo analizar e identificar los patrones de consumo y endeudamiento de las mujeres rurales de la provincia de Ñuble en el marco de las nuevas vinculaciones rural-urbanas. A través de una encuesta que se aplicó a 177 mujeres de diferentes comunas. Con los resultados se pudo tener una información más clara del estado real, tanto del consumo como del nivel de endeudamiento de éstas.

Donde podemos concluir que las mujeres rurales pertenecen a grupos familiares más bien pobres, los cuales carecen de muchos recursos económicos, los que en su mayoría poseen menos de \$210.000 para subsistir, con un promedio de cuatro personas aproximadas por grupo familiar, se obtienen ingresos per cápita bajo la línea de la pobreza, que según la CASEN en 2011 es estimada en \$72.098 per cápita en zonas urbanas y en \$48.612 en zonas rurales (Ministerio de Desarrollo Social, 2011).

También podemos indicar que la mujer rural, como hemos mencionado en el transcurso de este estudio, ha adquirido un importante papel económico dentro del hogar, insertándose al mundo laboral y obteniendo ingresos propios, donde tres de cada cuatro mujeres rurales del análisis poseen algún tipo de ingreso, si bien este aporte no es tan elevado (casi la mitad de la población percibe menos de \$100.000), esta incorporación refleja un cambio cultural que han enfrentado en el último tiempo los sectores rurales. No nos debemos olvidar de la importante labor que realizan las dueñas de casa, las cuales por mucho tiempo su aporte al hogar fue subestimado por no ser una fuente de ingresos de recursos económicos, considerándolas como población inactiva, en cambio, hoy en día se ha producido una mayor valoración del trabajo realizado por estas, ya que muchas mujeres que han entrado al mercado laboral han debido pagar a otras personas para que estas realicen dichas labores.

Al obtener éstas mayor inserción laboral e ingresos propios, provoca un impacto directo en el monto del ingreso familiar mensual, donde su aporte poco a poco va tomando mayor relevancia, y hoy en día, según el análisis realizado, es común que las mujeres tengan un aporte significativo al ingreso familiar total, donde su ingreso por lo general representa entre un 20% a un 40%, y donde tres de cada diez mujeres aporta más

del 60% del ingreso total familiar. El cual tiene una directa relación con la jefatura de hogar, donde es importante destacar el aumento del porcentajes de hogares con jefatura de hogar en Chile, pasando de un 23,2% en el año 2000 a un 38,8% en el año 2011 (Ministerio de Desarrollo Social, 2011), cabe mencionar que la encuesta Casen considera tanto mujeres rurales como urbanas. Estos datos concuerdan con los recogidos en la investigación realizada, donde existe una relación entre las variables ingresos personales y jefatura de hogar según la significancia de la prueba de chi cuadrado, en donde un 29,37% de las encuestadas se consideran jefas de hogar, esta categoría es reconocida por el resto de los integrantes del grupo familiar como tal (INE, 2008).

Una de las razones por la cual las mujeres han logrado lo anterior, es el aumento de años de escolaridad (un 23,7% menciona tener enseñanza media completa y un 16,3% que posee educación superior), la cual les ha permitido a las mujeres rurales poder optar a mejores trabajos remunerados, en donde un 24,29% expreso estar trabajando en forma dependiente, además cabe destacar la capacidad emprendedoras de éstas, ya que un 12,99% se considera trabajadora independiente. Estos resultados concuerdan con los entregados por la encuesta Casen en donde se señala que los años de escolaridad de las mujeres mayores a diecisiete años en promedio es 10,3 años. Además, en dicha encuesta se ve una clara relación entre la participación laboral y el nivel educacional de la mujer.

Al analizar las deudas contraídas por la población femenina rural, podemos apreciar un comportamiento que tiende a la carencia de éstas, en general son deudas correspondientes a servicios básicos como el agua potable, la electricidad y telefonía, sin embargo la principal fuente de deuda actual de las mujeres son las que poseen con las casas comerciales, donde aproximadamente tres de cada cuatro mujeres asegura tener alguna obligación con casas comerciales.

Como dijimos en el párrafo anterior, las mujeres tienen una tendencia a utilizar preferentemente el crédito otorgado por casas comerciales, en vez de ocupar una tarjeta crédito con alguna institución financiera, ya que, casi la mitad de las mujeres rurales mencionó tener alguna tarjeta con una casa comercial, en tanto, que solo un 6,78% expreso tener una tarjeta de crédito con un banco, porcentaje inferior, comparado con la

información entregada por la CASEN 2011 (11,8%), por esto podemos decir que la población rural posee menos tarjetas de crédito bancario que la gente que habita en sectores urbanos.

Con respecto, a las tarjetas de crédito de las casas comerciales, las separadas y las casadas, son las que más utilizan este tipo de crédito. En general, las mujeres poseen una tarjeta, siendo la más usada, la tarjeta Copelec, por ser esta una empresa altamente diversificada, además de tener esta una estrecha tradición con la provincia de Ñuble.

Es importante mencionar que la mujer rural tiene un bajo nivel de endeudamiento, comparando la relación deuda a ingreso, donde en promedio la población femenina rural que tiene algún tipo de obligación económica, destina el 46,7% de sus ingresos al pago de estas, por debajo de la población chilena que en promedio tiene un índice de 59,9% (Banco Central, 2010).

Las mujeres rurales tienen una baja tasa de ahorro, donde menos del 40% expresa tenerlos, principalmente en el Banco Estado, debido a que este banco tiene una cercanía con los sectores de clase media del país y una arraigada tradición de la población nacional con esta institución, además, factores como el alto porcentaje destinado a la cancelación de deudas y los bajos ingresos causan de esta baja tasa.

Del análisis de la actitud frente al dinero podemos desprender que la mujer rural se caracteriza por tener una disposición mayoritariamente positiva, debido a la carencia de éste y los beneficios asociados a la calidad de vida que se le atribuyen, donde las personas de los rangos etarios extremos, los más jóvenes y los mayores, presentan mayor tendencia negativa al dinero, por contraparte, casi la mitad de las personas que poseen entre 33 y 62 años poseen una actitud positiva frente al dinero. Por otro lado la actitud hacia el endeudamiento más frecuente dentro de la población es la que está asociada a la cautela frente al endeudamiento y un manejo tradicional de los recursos financieros, ya sea por factores culturales que tienden a una tradición del pago al contado y un rechazo al sistema crediticio.

Las mujeres con el perfil ambivalente tienen una tendencia positiva hacia el dinero (53,7%), como también tienen una tendencia a poseer tarjeta de crédito de alguna casa

comercial (66,3%), esto quiere decir, que su elevado nivel de hedonismo concuerda con su actuar, pero se contradice con la elevada tendencia a la austeridad que caracteriza este perfil. Ésta incongruencia puede estar influenciada por un actuar deseable entregado por la sociedad, el cual lleva a los sujetos a autoatribuirse dichas actitudes.

Para finalizar, podemos indicar brevemente que las características de la mujer rural actual son muy diferentes a la de décadas pasadas y se entremezclan con agentes culturales que antes eran solo ligados al mundo urbano. Podemos decir que, en general, la mujer rural cumple un rol polifuncional en el aspecto económico y en el hogar, tiene un perfil austero cuando se habla de su actitud frente al endeudamiento, que tiende a evitar el crédito teniendo bajos niveles de endeudamiento y cuando lo utiliza, lo hace de una manera racional y responsable teniendo en consideración los riesgos asociados al no pago.

Lista de Referencias

- Albuquerque, F.** (2004), Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL, N° 82*, 157 – 171.
- Banco Central.** (2007). *Encuesta financiera a los hogares*. Santiago, Chile: Autor.
- Banco Central.** (2010). *Endeudamiento de los hogares en Chile: Análisis e implicancias para la estabilidad financiera*. Santiago, Chile.
- Carrasco, W.** (2004). Políticas públicas para la prestación de los servicios de agua potable y saneamiento en las áreas rurales. *CEPAL- Colección Documentos de proyectos*. Santiago, Chile: Naciones Unidas.
- Castro, H. & Reboratti, C.** (2008). Revisión del concepto de ruralidad en la Argentina y alternativas para su posible solución. *Serie de estudios e investigaciones, N° 15*. Buenos Aires : Secretaría de agricultura, ganadería, pesca y alimentos.
- CEPAL.** (2009). *El empleo de las mujeres rurales: lo que dicen las cifras*. Santiago, Chile.
- Chovar, A., Elgueta, K. & Salgado, H.** (2010). *¿Cuanto influyen las tarjetas de crédito y los créditos hipotecarios en el sobre endeudamiento de los hogares en Chile?* [En línea]. Santiago, Chile: Banco Central de Chile. Disponible en: http://www.bcentral.cl/conferencias-seminarios/otras-conferencias/pdf/Workshop09092010/Alejandra_Chovarv2.pdf
- Denegri, M.** (1999). *Introducción a la psicología económica*. Bogotá, Colombia: PSICOM editores.
- Denegri, M., Cabezas, D., Del Valle, C., González, Y., & Sepúlveda, J.** (2012). *Escala de actitudes hacia el endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos*, 11(2), 497-509. Bogotá, Colombia: Universitas Psychologica.
- Enciclopedia virtual Wikipedia.** (s.f.).
- Fawaz, Y., & Rodríguez, C. (2013).** Reconfiguración socioespaciales y nuevos vínculos Rural-Urbano. En Tolón, A.; Lastra, X., Bienvenido, J. y Fawaz. M.J. (eds.). *Experiencias en Desarrollo Local y Rural Sostenible*, (pp: 180-203). Almería: Editorial Universidad de Almería.

- Godoy, M. P.** (2011). *Alfabetización económica, actitud hacia el endeudamiento y deuda actual en estudiantes de pedagogía de la zona sur*. Tesis para optar al grado de Magíster en Psicología. Universidad de la Frontera, Temuco, Chile.
- Gómez, S.** (2001). *¿Nueva Ruralidad? Un aporte al debate*. Talca, Chile: Universidad Austral.
- Instituto Nacional de estadística.** (1992). *Censo Poblacional*. Santiago, Chile.
- Instituto Nacional de estadística.** (2002). *Censo Poblacional*. Santiago, Chile.
- Instituto Nacional de estadística.** (2008). *“La mujer en la Agricultura Chilena”, Resultado Censo Agrícola 2007*. Santiago, Chile.
- Instituto Nacional de estadística.** (2013). *Informe de empleo provincia de Ñuble, trimestre marzo – mayo 2013*. Santiago, Chile.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J.** (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona, España: Anagrama.
- Ministerio de Desarrollo Social.** (2006). *Encuesta Casen Mujeres 2006*. Recuperado el 12 de agosto del 2013 desde http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen/publicaciones/2006/Resultados_Mujeres_Casen_2006.pdf
- Ministerio de Desarrollo social.** (2011). Indicadores de pobreza (1990, 1998, 2003, 2006, 2009), *Encuesta Casen*. Recuperado el 13 de agosto del 2013 desde <http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen/casen-documentos.php?c=86&a=2011>
- Ministerio de Desarrollo social.** (2011). *Mujer y familia, Encuesta Casen*. Recuperado el 07 de noviembre del 2013 desde http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/layout/doc/casen/RESULTADOS_Mujer_y_Familia.pdf
- Ministerio de economía y turismo.** (2013). *Provincia de Ñuble*. Recuperado el 4 de Octubre del 2013 desde <http://descubrebiobio.cl/provincia-de-nuble.html>
- Ministerio del interior y seguridad pública.** (S.f.). *Información Geográfica: Provincia de Ñuble, Región del Bío Bío*. Recuperado el 4 de Octubre del 2013 desde <http://www.gobernacionnuble.gov.cl/geografia.html>

- Monsalve, R.** (2013). Ponencia "Análisis de datos para las ciencias administrativas y económicas". Universidad del Bio Bio, Chillán. 43 Diapositivas.
- Muñoz, L.** (2000). *El nuevo rol de lo rural*, Seminario internacional de desarrollo rural. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Pérez, E.** (2004). El Mundo Rural Latinoamericano Y La Nueva Ruralidad. *Nómadas*, 20, 180-193. Colombia: Universidad Central.
- Salazar, N. & González, C.** (2013) *Estudio comparativo de alfabetización económica y actitud hacia el endeudamiento en estudiantes de Ingeniería Comercial y estudiantes de Pedagogía en Chile*. Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial, Mención Administración. Universidad de Chile, Santiago, Chile.
- SERNAM.** (2002). *Mesa Mujer Rural: una experiencia de participación (2000-2002)*. Santiago, Chile.
- Suárez, N. & Tobasura, I.** (2008). Lo rural: un campo inacabado. *Revista Facultad Nacional de Agronomía – Medellín*, 61 (2), 4480-4495. Medellín, Colombia: Universidad de Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179915376002>
- Universidad Tecnológica de Monterrey.** (2005). *Diplomado de gobierno abierto y participativo, modulo II "Metodología para llevar a cabo una encuesta"*. Monterrey, México.
- Vázquez Barquero, A.** (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. [En línea]. *Revistas regionales*, N° 11, 183 – 210. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28901109>
- Zúñiga, M.** (2004). *Acceso al crédito de las mujeres en América Latina*. Santiago, Chile: CEPAL.

Anexos

Anexo 1 – Encuesta de endeudamiento y patrones de consumo de la mujer rural de Ñuble

Encuesta de Endeudamiento y patrones de consumo de la mujer rural de Ñuble

Aspectos sociodemográficos

1. Comuna _____

2. Estado civil:

A) Soltera

b) casada

c) viuda

D) separada

E) vive en pareja

3. Edad:

18 - 32	
33 - 47	
48 - 62	
Más de 63	

4. Nivel educacional

A) Sin estudios

B) Básica incompleta

C) Básica completa

D) Media incompleta

E) Media completa

C) Educación Superior

5. Número de personas que componen su grupo familiar _____

6. ¿Cuál es su parentesco con el jefe de hogar?

Jefa de hogar	1
Conyugue o pareja	2
Hija o hijastra	3
Madre	4
Suegra	5
Nuera	6
Nieta	7
Hermana	8
Cuñada	9
Abuela	10
Otro	11
No familiar	12

7. ¿Cuál es su situación laboral actual?

Estudiante	1
Dueña de casa o sin empleo	2
Jubilada	3
Trabajadora independiente	4
Trabajadora dependiente	5
Trabajadora temporera	6

8. Me podría indicar aproximadamente en qué rango de ingresos mensuales se encuentra su grupo familiar.

9. Si usted posee ingresos

menos de \$210.000	1
entre \$210.001 y \$300.000	2
\$300.001 y \$400.000	3
\$400.001 y \$500.000	4
más de \$500.000	5

personales, en promedio ¿Entre cuales rangos se encuentran?

No tiene ingresos	1
Menores a \$50.000	2
entre \$50.001 y \$100.000	3
Entre \$100.001 y \$210.000	4
Entre \$210.001 y \$350.000	5
Mayor a \$350.000	6

10. Posee usted: (indicar número)

a) Tarjeta de crédito de casa
Comercial: (Ejem: Falabella, Ripley)

SI - NO N°__

b) Tarjeta de crédito bancario:
(Ejem: Visa, Mastercard)

SI - NO N°__

11. Si posee tarjeta de crédito comercial, mencione la más usada

12. Si posee tarjeta de crédito bancario, mencione la más usada

13. Usted posee actualmente un crédito de:

Consumo	si	no
Comercial	si	no
Hipotecario	si	no

14 -¿En cuál de estos bancos?

	si	no
Banco Estado		
Banco Falabella		
Banco Ripley		
Banco Credichile		
Banco de Chile		
Banco Santander		
Banco de crédito e inversiones (BCI)		
Banco Corpbanca		
Otro ¿Cuál?		

15 - Posee cuenta Rut del Banco
Estado

Sí . No

16

¿Posee ahorros?

SI - NO

	si	no
Banco Estado		
Banco de Chile		
Banco Santander		
Banco de crédito e inversiones (BCI)		
Banco Corpbanca		
Otro ¿Cuál?		

Fuentes de deuda actual

De las siguientes alternativas, mencione en cuales ítems mantiene o no deudas actuales.

Deudas/Situación	No	Deuda Vigente	En Morosidad
Agua			
Electricidad			
Gas			
Teléfono (Domicilio - Celular)			
Dividendo			
Arriendo de su casa			
Televisión por cable			
Casas Comerciales			
Tarjetas de Crédito			
Bancos o financieras			
Deudas con familiares			
Deudas con amigos			
Prestamistas particulares			
Servicios de bienestar			
Crédito universitario			
Educación de hijos - copago			
Otras deudas ¿Cuáles?			

¿Qué monto de sus propios ingresos mensuales son destinados al pago de estas deudas?

\$ _____

A su percepción ¿Qué porcentaje de sus ingresos son usados en pago de deudas?

_____ %

Hábitos de compra

Marque la respuesta con la que más se relacione con su conducta donde: SI es siempre lo hace; A/V es a veces lo hace; y NO es no lo hace

		SI	A/V	NO
1.	Hace una lista de los productos y servicios que necesita comprar			
2.	Selecciona los productos según su calidad			
3.	Para distribuir su dinero, ordena los productos según su importancia antes de comprar			
4.	Selecciona los productos según su precio			
5.	Compara precios entre distintas marcas			
6.	Compara precios en distintos locales de venta			
7.	Lee las etiquetas de todos los productos			
8.	Mira el peso neto			
9.	Se asegura que los electrodomésticos tengan servicio técnico en la ciudad			
10.	Pregunta por el tiempo de garantía de los productos			
11.	Pregunta todas sus dudas al vendedor antes de comprar			
12.	Compra en el comercio ambulante			
13.	Planifica todas sus compras			
14.	Si compra ropa, lee la etiqueta para saber características y cuidado que requiere			
15.	Cree que gasta más de lo que debería			
16.	Examina detalladamente todos los productos que compra			
17.	Compra habitualmente a crédito			
18.	Si solicita crédito, pregunta por las tasas de interés y el incremento del precio final			
19.	Si compra a crédito, compara las tasas de interés en distintos locales			

Escala de actitud hacia el endeudamiento

Muy de acuerdo	=	4
De acuerdo	=	3
En desacuerdo	=	2
Muy en desacuerdo	=	1

	1	2	3	4
1 Usar crédito permite tener una mejor calidad de vida				
2 Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después				
3 El uso del crédito puede ser peligroso				
4 Es preferible pagar siempre al contado				
5 El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual				
6 Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene				
7 Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero				
8 Es importante pagar las deudas lo antes posible				
9 Hay que ser muy cuidadoso con el gasto del dinero				
10 La facilidad de obtener tarjetas de crédito es una causa del endeudamiento de la gente				
11 Pedir un préstamo es a veces una muy buena idea				

Escala de actitud hacia el dinero

Muy de acuerdo	=	4
De acuerdo	=	3
En desacuerdo	=	2
Muy en desacuerdo	=	1

	1	2	3	4
1 Las personas que tienen mucho dinero son admirables				
2 Quien tiene más recursos monetarios tiene más amigos				
3 El dinero permite influir en los demás				
4 El dinero ayuda a conseguir la felicidad				
5 no necesito dinero para lograr mis metas personales				
6 El dinero mejora la calidad de vida				
7 El dinero ayuda a sentirse mejor				
8 El dinero mejora el carácter de las personas				
9 El dinero destruye a las personas				
10 Dinero es sinónimo de respeto				
11 Las personas trabajan principalmente para conseguir dinero				

MUCHAS GRACIAS POR SU COOPERACIÓN!

Anexo 2 – Tabla de componentes análisis factorial de escala de actitud hacia el endeudamiento y Varianza total explicada

Matriz de componentes

	Componente	
	1	2
El crédito permite mejor calidad de vida	-,467	,614
Es buena idea comprar ahora y pagar después	-,380	,719
Es preferible pagar al contado	,570	-,039
Es importante tratar de vivir según lo que se tiene	,722	,232
Siempre puede ahorrar un poco de dinero	,717	,305
Es importante pagar lo antes posible	,766	,267
Hay que ser cuidadoso con el gasto	,802	,213
Pedir préstamo es buena idea	-,289	,617

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 2 componentes extraídos

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,035	37,936	37,936	3,035	37,936	37,936
2	1,539	19,241	57,178	1,539	19,241	57,178
3	,861	10,768	67,945			
4	,744	9,303	77,248			
5	,543	6,793	84,041			
6	,499	6,234	90,275			
7	,408	5,097	95,373			
8	,370	4,627	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Anexo 3 – Tabla de contingencia entre rango de edad y actitud frente al endeudamiento

Tabla de contingencia Rango de Edad * Perfil de actitud frente al endeudamiento

			Perfil de actitud frente al endeudamiento				Total
			Difuso	Hedonista	Austero	Ambivalente	
Rango de Edad	18 a 32	Recuento	14	13	22	15	64
		% dentro de Perfil de actitud frente al endeudamiento	32,6%	41,9%	36,1%	36,6%	36,4%
	33 a 47	Recuento	12	12	12	14	50
		% dentro de Perfil de actitud frente al endeudamiento	27,9%	38,7%	19,7%	34,1%	28,4%
	48 a 62	Recuento	12	4	20	12	48
		% dentro de Perfil de actitud frente al endeudamiento	27,9%	12,9%	32,8%	29,3%	27,3%
	mas de 63	Recuento	5	2	7	0	14
		% dentro de Perfil de actitud frente al endeudamiento	11,6%	6,5%	11,5%	0,0%	8,0%
Total	Recuento		43	31	61	41	176
	% dentro de Perfil de actitud frente al endeudamiento		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Anexo 4 – Tabla de contingencia entre rango de ingresos personales y algunas fuentes de deuda

Tabla de contingencia

			Agua			Total
			No	Deuda Vigente	Deuda Morosidad	
Ingresos personales	No tiene ingresos	Recuento	34	9	0	43
		% dentro de Agua	25,8%	20,5%	0,0%	24,3%
	Menor a 50.000	Recuento	26	11	0	37
		% dentro de Agua	19,7%	25,0%	0,0%	20,9%
	entre 50.001 a 100.000	Recuento	35	9	0	44
		% dentro de Agua	26,5%	20,5%	0,0%	24,9%
	100.001 a 210.000	Recuento	20	9	1	30
		% dentro de Agua	15,2%	20,5%	100,0%	16,9%
	210.001 a 350.000	Recuento	7	4	0	11
		% dentro de Agua	5,3%	9,1%	0,0%	6,2%
	mayor a 350.000	Recuento	10	2	0	12
		% dentro de Agua	7,6%	4,5%	0,0%	6,8%
Total	Recuento		132	44	1	177
	% dentro de Agua		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla de contingencia

			Electricidad			Total
			No	Deuda Vigente	Deuda Morosidad	
Ingresos personales	No tiene ingresos	Recuento	34	9	0	43
		% dentro de Electricidad	26,2%	20,0%	0,0%	24,3%
	Menor a 50.000	Recuento	25	11	1	37
		% dentro de Electricidad	19,2%	24,4%	50,0%	20,9%
	entre 50.001 a 100.000	Recuento	34	10	0	44
		% dentro de Electricidad	26,2%	22,2%	0,0%	24,9%
	100.001 a 210.000	Recuento	20	9	1	30
		% dentro de Electricidad	15,4%	20,0%	50,0%	16,9%
	210.001 a 350.000	Recuento	7	4	0	11
		% dentro de Electricidad	5,4%	8,9%	0,0%	6,2%
	mayor a 350.000	Recuento	10	2	0	12
		% dentro de Electricidad	7,7%	4,4%	0,0%	6,8%
Total	Recuento	130	45	2	177	
	% dentro de Electricidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Anexo 5 – Tabla de contingencia entre parentesco con el jefe de hogar y aporte al ingreso familiar

Tabla de contingencia Parentesco con jefe de hogar * Aporte al grupo familiar

% dentro de Parentesco con jefe de hogar

		Aporte al grupo familiar						Total
		Nulo	Mínimo	Significativo	Relevante	Superior	Indispensable	
Parentesco con jefe de hogar	Jefa de Hogar	3,8%	3,8%	34,6%		25,0%	32,7%	100,0%
	Conyugue o pareja	25,6%	4,4%	40,0%	6,7%	17,8%	5,6%	100,0%
	Hija o Hijastra	52,2%	8,7%	8,7%		21,7%	8,7%	100,0%
	Madre	50,0%		25,0%		25,0%		100,0%
	Nuera				100,0%			100,0%
	Nieta	66,7%			16,7%		16,7%	100,0%
	No familiar					100,0%		100,0%
Total		24,3%	4,5%	32,2%	4,5%	20,3%	14,1%	100,0%

Anexo 6 Fuentes de deuda actual

Deudas/ situación	No	Deuda vigente	En morosidad
Agua	74,6%	24,9%	0,6%
Electricidad	73,4%	25,4%	1,1%
Gas	88,1%	11,9%	-
Teléfono	89,3%	10,2%	0,6%
Televisión por cable	88,1%	11,3%	0,6%
Casas comerciales	65%	33,9%	1,1%
Tarjetas de crédito	88,1%	9,6%	2,3%
Deudas con familiares	92,7%	7,3%	-
Crédito universitario	91,5%	8,5%	-
Educación de los hijos	89,3%	10,2%	0,6%