



GÉNERO Y EMPRENDIMIENTO RURAL. CLAVES PARA LA ORIENTACIÓN PROFESIONAL¹

GENDER AND RURAL ENTREPRENEURSHIP. CLUES FOR CAREER GUIDANCE

Ana M.^a **Porto Castro**²

Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Ciencias de la Educación. Departamento de Pedagogía y Didáctica. Santiago de Compostela, España

M.^a Josefa **Mosteiro García**

Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Ciencias de la Educación. Departamento de Pedagogía y Didáctica. Santiago de Compostela, España

Mireia **Baylina Ferré**

Universitat Autònoma de Barcelona. Facultad de Filosofía y Letras. Departamento de Geografía. Barcelona, España

Montserrat **Villarino Pérez**

Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Geografía e Historia. Departamento de Geografía. Santiago de Compostela, España

RESUMEN

Este trabajo tiene como finalidad conocer cómo mujeres jóvenes que han decidido regresar al medio rural perciben, piensan e interpretan el proceso de tránsito por el que han pasado para emprender en este espacio. Para ello, aplicamos una metodología cualitativa, siguiendo un

¹ *Fuente de financiación:* Este artículo forma parte de una investigación más amplia sobre *Geografías del género, trabajo y ruralidad: Nuevas feminidades y masculinidades para un desarrollo rural sostenible* (CSO2015-63913R) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

² *Correspondencia:* Ana M.^a Porto Castro. Facultad de Ciencias de la Educación. Rúa Prof. Vicente Fráiz Andón, s/n. Campus Vida.15782 Santiago de Compostela. Correo-e: anamaria.porto@usc.es

método de estudio de casos, utilizando como técnicas de recogida de información la entrevista en profundidad y las notas de campo. Las participantes son seis mujeres adultas jóvenes, con formación universitaria que han decidido iniciar una actividad emprendedora en el medio rural y que pertenecen a diferentes contextos rurales de Cataluña y Galicia. Para el análisis de la información obtenida se ha utilizado el programa Atlas ti. Las principales conclusiones sugieren que la articulación entre el proyecto profesional y vital es el motor que ha impulsado el emprendimiento de estas mujeres y que sus experiencias de tránsito muestran un cambio en el emprendimiento rural. El lugar tiene una influencia importante a la hora de decidir el tipo de actividad que se va a desarrollar en el negocio y ejerce un papel fundamental en la decisión de emprender de estas mujeres. El compromiso que establecen con el entorno es un motivo para desplegar en él todas sus capacidades y el foco de los negocios pasa por proyectos que relacionan más las personas y los lugares. Desde la orientación profesional es imprescindible considerar el impacto de la socialización de género en las mujeres para reforzar su cultura emprendedora superando los obstáculos que les impone su rol social.

Palabras clave: desarrollo profesional, emprendimiento, género, medio rural, orientación profesional.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to find out how young women who have decided to return to rural areas perceive and interpret the transition processes which they have gone through to undertake their business project in a rural area. A qualitative methodology has been chosen, following a case study method, using the in-depth interview and field notes as information gathering techniques. The participants are 6 young adult women, with university training who have decided to start an entrepreneurial activity in rural areas and who belong to different rural contexts of Catalonia and Galicia. For the analysis of the information obtained, the Atlas-ti program was used. The main conclusions suggest that the articulation between the career and vital project is the engine that has driven the entrepreneurship of these women and that their transition experiences show a change in rural entrepreneurship. The place has an important influence when deciding the type of activity to be developed in the business and plays a fundamental role in the decision of these women to undertake. The commitment they establish with the environment is a reason to deploy all their capabilities in it and the focus is on projects that closely relate people and places. It is essential in career guidance to consider the impact of gender socialization on women in order to reinforce their entrepreneurial culture by overcoming the obstacles imposed by their social role.

Key Words: career development, entrepreneurship, gender, rural environment, career guidance.

Cómo citar este artículo:

Porto, A. M., Mosteiro, M.^a J., Baylina, M. y Villarino, M. (2022). Género y emprendimiento rural. Claves para la orientación profesional. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 33(3), 7-21. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.33.num.3.2022.36458>

Introducción

La persona desarrolla distintos roles a lo largo de su trayectoria vital tanto a nivel familiar, social como profesional y pasa por diversas etapas de transición que determinan según Super (1975): “el curso de sucesos que constituye una vida, la secuencia de ocupaciones y otros papeles de la vida que se combinan para expresar el compromiso de uno con el trabajo en su modelo total de autodesarrollo” (p.4).

El desarrollo profesional se define como un proceso continuo que tiene lugar, tal y como señala Marusic (1985): “desde las preparaciones para la vida en la etapa de la niñez temprana, a través de la escuela, del trabajo, del ajuste, de la autodirección, funciones sociales y empresariales, de dirección, la retirada, o incluso después de esta” (p.62).

A lo largo del desarrollo profesional, las personas se enfrentan a procesos de transición (de la escuela a la escuela, de la escuela al trabajo, del trabajo a otro trabajo, de la familia de origen a la familia que uno/a crea y del trabajo a la jubilación), entendiendo por transición, en línea con lo indicado por Auberni (1995):

... un proceso de cambio, que tiene lugar a lo largo de la vida, que requiere una reflexión personal (historia personal y profesional) y contextual (contexto socio-profesional) y que se sustenta en una información suficiente, en una actitud positiva y en la adquisición de unas destrezas adecuadas (p. 396).

Esos procesos de cambio a los que se enfrentan las personas a lo largo de su ciclo vital se pueden ejercer en diversos ámbitos (escuela, comunidad, familia, empresa, etc.) y de forma simultánea, al igual que comportan cambios tanto a nivel económico y laboral como de carácter evolutivo, personal o psicológico. Una de las transiciones más importantes en la edad adulta de la persona es la transición a la vida activa, que supone, tal y como señala Martínez (2000): “el paso de la escuela al trabajo que culmina con la inserción laboral y el consiguiente desempeño de una profesión” (p. 25).

Este proceso de transición a la vida activa se ha visto afectado por la globalización de la economía, las innovaciones tecnológicas y las nuevas estructuras de ocupación. Obviamente estas transformaciones a nivel económico y laboral han dado lugar a la necesidad de afrontar nuevos cambios a lo largo del ciclo vital con relación al trabajo (Abrego y Brammer, 1992), que pueden llevar a una transición forzosa generada por la inestabilidad laboral, la pérdida de empleo, la reducción de personal; o bien deseada, a través de la mejora de la situación laboral.

Para Valencia (2012), el neoliberalismo económico y las políticas públicas de empleo han dado lugar a que muchas personas se replanteen trabajar como asalariadas y pensar en el autoempleo como una alternativa para incorporarse a un mercado laboral en continuo cambio.

En la actualidad, cada vez son más las mujeres que deciden entrar en el mercado laboral como trabajadoras por cuenta propia. Según el Informe GEM España 2018-2019 (GEM, 2019), las mujeres ven el emprendimiento como una buena opción profesional siendo la tasa de actividad emprendedora (TEA) de un 46,9%, cifra que se ha ido incrementando año tras año.

El Informe Especial GEM sobre Emprendimiento Femenino (GEM, 2017) refleja que la mujer emprendedora española tiene estudios universitarios y edades comprendidas entre los 25 y 34 años. La mayoría, un 70%, emprenden por requisitos de mercado mientras que el 25,1% lo hacen por necesidad y desarrollan sus actividades emprendedoras en los sectores educativo, sanitario y comercio al por menor.

El emprendimiento, entendido según el GEM (2012) como:

... un proceso que se inicia con la generación de una idea, continua con las acciones de su puesta en marcha, se lanza al mercado, entra en una fase de consolidación y pasa a la fase consolidada cuando sobrevive por más de tres años y medio (p.12).

Supone un proceso de transición en la trayectoria vital y profesional de la persona. De ahí la importancia tal y como señalan Suárez-Ortega et al. (2020):

... de poder orientar y reorientar proyectos profesionales/vitales desde una perspectiva realista y funcional, que sirva para enfocar y mejorar las vidas de las personas de una forma satisfactoria y en coherencia con los objetivos y metas a nivel profesional y personal (p.174).

Para ello, es fundamental conocer las motivaciones que llevan a la persona emprendedora a iniciar su actividad empresarial y las condiciones que pueden influir en dicha toma de decisiones con el fin de detectar la existencia de patrones característicos. Al respecto, según señala López et al. (2012), cuando se va a poner en marcha una actividad empresarial las personas valoran no solo sus beneficios económicos y en la comunidad, sino también factores externos vinculados al entorno (el contexto en el que se va a emprender y el entorno económico regional, la cultura empresarial del área geográfica en la que se reside, la tradición familiar, la densidad de población), factores personales vinculados a las características sociodemográficas y de percepción (edad, nivel de formación, la oportunidad de negocio, la autoconfianza en las habilidades y conocimientos propios o el miedo al fracaso) y organizativos (experiencias laborales negativas en el trabajo por cuenta ajena/ la insatisfacción laboral y, en el caso específico de las mujeres, el techo de cristal).

Según Montero y Camacho (2018) en la actividad emprendedora de las mujeres influyen variables objetivas (género, edad, formación, experiencia profesional), cognitivas (percepción, autoeficacia, miedo al fracaso, estereotipos) e impulsores o barreras (redes sociales, acceso a la financiación y el marco institucional).

En el emprendimiento femenino, las mujeres emprenden en mayor medida por necesidad que por la oportunidad que le brinda el desarrollo de una actividad empresarial (Olaz y Ortiz, 2017; Warneke, 2013). La necesidad de poder compatibilizar el trabajo con el cuidado de hijos e hijas también es un elemento diferenciador en la iniciativa emprendedora de mujeres y hombres. De hecho, Sánchez-Apellániz (1999) considera que la creación de empresas se adopta como una "estrategia de acoplamiento" por parte de las mujeres para compatibilizar la vida laboral y familiar.

Además de este acoplamiento, autoras como Sabater (2018) consideran que:

... las mujeres construyen su identidad como directivas de empresas teniendo en cuenta la colisión entre dos sistemas de normas y valores distanciados: el del espacio privado (rol tradicional de madre y esposa) y el del espacio público de la dirección empresarial, con valores androcéntricos que deben adoptar para demostrar sus habilidades y equipararse a la valoración del hombre directivo (p. 75).

Sin embargo, no hay que confundir emprendimiento con autoempleo. El autoempleo o la autoocupación es el trabajo que una persona realiza para ella misma en un oficio o negocio de su propiedad gestionándolo y obteniendo ingresos de ello (DPEJ-RAE, 2020).

En cambio, el emprendimiento es un autoempleo que ya ha evolucionado o se ha expandido, o bien un negocio que se ha decidido emprender y que conforma una acción de liderazgo por parte de quien emprende junto al resto de personas socias y colaboradoras. El emprendimiento

implica detectar un problema u oportunidad, diseñar una solución creativa y hacerla realidad (Cueto et al., 2015). El autoempleo es una vía adoptada por muchas mujeres que no quieren o no pueden trabajar como asalariadas, por distintas razones. En ocasiones es una forma de empoderamiento para tener control sobre su trabajo o para revitalizar sus carreras, en otras supone una salida para poder compatibilizar el trabajo productivo con el reproductivo (Cueto et al., 2015), o es una forma de entrar en el mercado laboral evitando el techo de cristal o un ambiente de trabajo hostil (Sánchez-Apellániz, 1999).

En el medio rural español diversas mujeres ven el emprendimiento como una buena opción profesional. La mayor parte de los estudios sobre emprendimiento en este medio se refieren al emprendimiento femenino (Alario y Morales, 2016; Moyano, 2009; Osuna et al., 2015; Patino-Alonso et al., 2015; Pérez et al., 2017; Sampedro y Camarero, 2007; Talón et al., 2014). A pesar de que algunos de estos trabajos coinciden con un perfil de mujer emprendedora rural con cargas familiares, nivel educativo medio-bajo, negocios pequeños y dedicados al comercio, agricultura o servicios en general, otros estudios más recientes constatan el surgimiento de un nuevo perfil de mujer emprendedora menos dependiente de la estructura familiar tradicional y más próxima a la independencia tanto personal como económica (Baylina et al., 2019; Pallarès-Blanch, 2015; Pérez et al., 2017). Esto nos indica, por un lado, que en el medio rural conviven realidades distintas porque la ruralidad es muy diversa desde el punto de vista socioespacial, y, por otro lado, que se supera, en algunas zonas rurales, la etapa en la que las empresarias rurales eran mujeres maduras, que dirigían pequeños negocios de tipo familiar y que tenían un nivel de formación inferior al de las mujeres asalariadas.

El medio rural pasa a ser una oportunidad para las mujeres que deciden emprender, tanto por la calidad de vida que ofrece este medio como por el valor añadido que aporta a su negocio (Alario y Morales, 2016; Pato, 2015; Pérez et al., 2017). Cuando el medio rural cuenta con buenas infraestructuras de comunicación, las mujeres emprendedoras lo leen como un lugar de producción e innovación, desafiando los discursos que solamente contemplan los espacios rurales como residenciales o lugares de consumo vinculados al ocio (Baylina et al., 2019).

Este trabajo tiene como finalidad conocer cómo las mujeres jóvenes que han decidido regresar al medio rural perciben, piensan e interpretan el proceso de tránsito por el que han pasado para emprender en este entorno. Más concretamente, se trata de delimitar las características principales de este proceso: qué decisiones han tomado desde el momento de su formación, qué significado han atribuido a su tránsito profesional y qué factores lo han condicionado desde una perspectiva analítica de género. La finalidad es ofrecer respuestas a las necesidades de las mujeres rurales y desde la orientación profesional adoptar medidas para incentivar la cultura emprendedora en las mujeres que las refuerce para afrontar los obstáculos que les impone todavía su rol social.

Método

Atendiendo al propósito del estudio, se ha optado para su desarrollo por el uso de una metodología cualitativa, siguiendo un método de estudio de casos, que permite un acercamiento a la realidad objeto de estudio desde la perspectiva de quienes lo viven y cómo la perciben, sienten y experimentan (Mir y Jain, 2017; Taylor y Bogdan, 1986).

Muestra

Las participantes fueron seleccionadas intencionalmente, estableciendo como condición el cumplimiento de una serie de características de interés en el estudio (mujeres entre 29 y 45 años, con formación universitaria y que hubiesen elegido emprender en el medio rural). El procedimiento de muestreo fue, en algunos casos, a través de bola de nieve (Sabariego, 2004), y en otros, por el conocimiento previo de las investigadoras de las mujeres o de las iniciativas emprendedoras.

En este artículo profundizamos en la experiencia del emprendimiento rural de 6 mujeres adultas jóvenes (35 años de media), con formación universitaria que han decidido iniciar una actividad emprendedora en el medio rural y que pertenecen a diferentes contextos rurales de Cataluña (zonas rurales del Berguedà, Pla de l'Estany y Solsonès, en las provincias de Barcelona, Girona y Lleida respectivamente) y Galicia (zonas rurales de Deza, Chantada y A Ulloa, en las provincias de Pontevedra y Lugo).

Las seis mujeres tienen estudios universitarios de Ingeniería Industrial, Turismo, Biología (dos) Dirección Hotelera, Ciencias Ambientales y Administración y Dirección de Empresas. Una cuenta con dos grados (Biología y Ciencias Ambientales); tres tienen posgrados o máster en administración de empresas o marketing; y dos realizaron sus estudios de grado en universidades extranjeras, del Reino Unido y Suiza. Todas son mujeres con experiencia de vida urbana y movilidad internacional notable. A nivel personal, tres tienen pareja heterosexual con la que conviven, dos viven solas y una está divorciada y vive con sus dos hijos en edad escolar. Solamente esta última tiene hijos.

Sofía³ es productora de yogur artesanal de leche gallega y se percibe como una persona “aventurera, apasionada y persistente”; a pesar de haber trabajado como ingeniera en una empresa ajena, abandona su puesto para “dirigir una empresa a su modo, pensando en que lo puede hacer mejor”. Cuenta con cuatro personas ocupadas. Leonor es gestora de una empresa de rutas exclusivas fluviales en el río Miño; su idea de proyecto empresarial surge en Londres cuando “tiene ganas de volver a su casa, a su Galicia, con su gente y su Ribeira para crear una empresa de turismo fluvial”. Alicia cría ganado vacuno ecológico para la producción de leche y derivados lácteos en Lugo; toma las riendas de una empresa familiar (cinco trabajadores/as) para reconvertirla en un referente de la producción láctea saludable y respetuosa con el medio. Para ella el “medio rural es su vida, un lugar con muchas dificultades que es necesario conocer”.

Carina gestiona casas rurales con encanto en la provincia de Girona; con olfato para detectar nichos de mercado en un entorno rural donde “los propietarios necesitan mucha ayuda”. Su empresa gestiona hoy cuarenta y nueve casas y cuenta con trece trabajadores/as. Valeria funda una cooperativa donde “crea espacios donde se puedan desarrollar necesidades o deseos que sean reconocidos colectivamente, de promoción local, participada y en red”. Crítica y comprometida con el territorio rural, no comprende ninguna acción que no se desarrolle de forma conjunta con las personas del territorio, desde la recuperación de la memoria histórica, a la creación de programas de economía cooperativa o al proyecto-red de empresas rurales para difundir el patrimonio y la cultura de su zona rural. Cuenta con nueve trabajadores/as (cinco socios/as). Aura finalizó sus estudios en Suiza y Portugal para regresar a vivir en la finca que su padre le cedió y cumplir su sueño de montar su propio negocio: tres casas rurales, ecogranja y huerta ecológica. Pausada, decidida, de carácter emprendedor y espíritu innato de liderazgo, considera que “la vida en el campo tiene que gustarte, no es fácil, pero no tiene precio.” Su empresa ocupa a cinco personas.

³ Todos los nombres de las mujeres han sido anonimizados.

Instrumentos y/o técnicas

Atendiendo al carácter cualitativo del estudio, se han utilizado como técnicas de recogida de información la entrevista en profundidad y las notas de campo. A través de una entrevista semiestructurada, se ha obtenido información sobre la trayectoria profesional de las mujeres objeto de estudio partiendo de un guion de preguntas abiertas que permite tal y como afirman Massot et al. (2004, p. 337) “obtener una información más rica en matices e ir entrelazando temas e ir construyendo un conocimiento holístico y comprensivo de la realidad”. El guion utilizado plantea preguntas referidas a su formación, estructura familiar, trayectoria profesional y personal, características de su iniciativa empresarial en el territorio y motivación para emprender en el medio rural concreto, conciliación laboral y familiar, y aspectos más personales sobre las expectativas vitales futuras. En este artículo se consideran solamente las respuestas referidas a los factores personales y contextuales que explican los procesos de transición a la creación de las empresas.

También se han utilizado las notas de campo, en las que se han recogido percepciones e interpretaciones de las entrevistadoras sobre las personas entrevistadas, sus contextos, y sobre el desarrollo del proceso de entrevista en profundidad.

Procedimiento

Para el desarrollo de las entrevistas, se ha contactado previamente vía telefónica con las personas entrevistadas explicándoles el propósito del estudio y pidiéndoles su colaboración. Una vez aceptada la participación, se ha concretado el día y hora de realización de la entrevista, que ha sido siempre en su lugar de trabajo. Todas las personas participantes han dado su consentimiento informado para formar parte del estudio, garantizando su anonimato y la confidencialidad de la información obtenida, al no aludir a nombres ni lugares que las pudieran identificar.

Las entrevistas, de dos horas de duración aproximada, han sido grabadas y transcritas literalmente. Posteriormente, se ha procedido a la reducción, disposición, organización e interpretación de la información, mediante un procedimiento inductivo (Denzin y Lincoln, 2005; Miles y Huberman, 1994). Para ello se elaboró un sistema jerárquico de categorías en base a los temas planteados en la entrevista: formación, estructura familiar, trayectoria profesional y personal, iniciativa empresarial, motivación para emprender conciliación y expectativas de vida. En cada categoría se delimitaron diferentes subcategorías a partir de la información aportada por las entrevistadas y vinculadas con los temas de la entrevista. Para facilitar el análisis de la información obtenida se ha utilizado el programa Atlas ti.

Resultados

A continuación, se muestra el proceso de tránsito de las mujeres rurales participantes en el estudio hacia el emprendimiento a partir del análisis de los factores personales y contextuales que han condicionado su toma de decisiones.

En lo que respecta a los factores personales vinculados a las características sociodemográficas y de percepción (López et al., 2012; Montero y Camacho, 2018), la *formación* se vislumbra como un determinante del emprendimiento por parte de estas mujeres en el medio rural. Al respecto hay que señalar que las mujeres del estudio forman parte del movimiento de vuelta al campo que se observa en algunas zonas del Norte global. El retorno tiene un perfil de mujer con educación superior que inicia un proyecto innovador, con una nueva actitud ante el trabajo, los recursos naturales y el lugar (Baylina et al., 2019).

La formación favorece, sin duda, la actividad emprendedora (García y Díaz, 2018), ya que aporta seguridad y autoconfianza a las mujeres. Sofía expresa que "... después de muchos años en ingeniería dices: bueno, aquí no lo sabes todo, pero sabes cómo buscarte la vida. A la hora de escoger las máquinas, diseñar el proyecto... ha sido una cosa muy personalizada". O Carina refiere que "los estudios te dan una visión diferente; cuando hablas con los propietarios de las casas es distinto cómo les puedes explicar las cosas habiendo estudiado que sin estudios". No menos importante es la internacionalización como parte del proceso de aprendizaje dado que alimenta la creatividad de las emprendedoras: Aura crea un "club de miembros" de su eco-granja para fidelizar clientes gracias a lo que ha visto en los Estados Unidos o en Australia, y Leonor considera que "el bagaje que te da una ciudad como Londres es imprescindible para poder estar hoy aquí".

La *oportunidad de negocio* aparece como un elemento de peso en el inicio de la actividad emprendedora. Las mujeres emprenden porque tienen un proyecto que quieren llevar a cabo ("me instalé aquí con la idea en mente de poder empezar a imprimir mi personalidad en el proyecto", Alicia). Inician un negocio, asumen los riesgos, afrontan las incertidumbres de coordinar los recursos y se encargan de la gestión diaria de su empresa ("como todos los emprendedores, empiezas a fondo y te lanzas a la piscina", Carina).

El proceso de las mujeres hacia el emprendimiento no es, pues, 'por necesidad'; ni hay que entender este emprendimiento como una forma de 'autoocupación' ante la falta de empleo, a pesar de la crisis en el tiempo que inician de media sus negocios (Fuentes y Sánchez, 2010). Los proyectos iniciados no son fácilmente asumibles porque requieren movilizar muchos recursos de todo tipo independientemente del género de los emprendedores/as. En nuestro caso, los atributos masculinos asociados al emprendimiento como el hecho de tener algo propio y enfrentarse a nuevos retos (Fuentes y Sánchez, 2010) son aplicables también a ellas. Y más que la lógica económica predomina la motivación de trabajar en algo propio que les agrade.

Contraviniendo lo que suponen algunos estudios (Sánchez-Apellániz, 1999), las mujeres no emprenden para compatibilizar el trabajo remunerado con el cuidado de los hijos. Cinco de las seis mujeres consideradas no tiene hijos; más bien el análisis conduce a pensar qué puede pasar si estas mujeres tienen hijos ante la necesidad de conciliación con sus parejas.

Sí que se ha observado que cuestiones personales como la pérdida o enfermedad de los padres/madres sitúan a las mujeres en un nuevo rol vital que condiciona también su tránsito profesional. Alicia pierde a su padre y cambia de rumbo hacia un proyecto cooperativo con otra ganadera y Valeria expresa que cuando su madre enfermó, le condicionó el trabajo, sus relaciones y su tiempo en la medida que tuvo que adaptarse al nuevo rol de cuidadora principal.

El *miedo al fracaso* no aparece en las narrativas de las mujeres entrevistadas, sin embargo, la socialización de género sí que interfiere en su tránsito; no para unas motivaciones y expectativas menos ambiciosas o arriesgadas que las de los hombres, como señalan González et al. (2012), pero sí en la inhibición de la expresión del talento personal y los logros o en el comportamiento táctico de muchas de sus acciones.

Los valores incrustados de género limitan a las mujeres reconocer sus potencialidades profesionales y pensar o decir que solamente contribuyen en 'detalles'. "Conscientemente no te das cuenta, pero en las empresas o en las explotaciones en las que hay una mujer al frente, se ve

en los detalles... Está limpio, ordenado, en cosas así". (Aura). Hay que preguntar más para que verbalicen otros aspectos fundamentales: "Yo creo que son más innovadoras a la hora de buscar soluciones. Los hombres son más tradicionales, de 'siempre se ha hecho así'" (Aura).

Esto conduce a una cierta dificultad en auto reconocer el éxito, a pesar de la objetividad de los reconocimientos obtenidos: Valeria no considera que su trabajo sea innovador; sin embargo, responde que "tuvimos una buena racha de premios de innovación social. Es innovador en los discursos de intervención, si quieres, porque pasas de la participación a la participación con acción conjunta o colectiva. Lo que es fuerte es que con todos estos premios y distinciones es surrealista porque ¡te acaban premiando algo que es tan básico...!".

Asimismo, cabe mencionar entre estos factores, la pervivencia de los *estereotipos de género* que llevan a que muchas de las mujeres entrevistadas, conscientes de su rol social, se vean obligadas a aplicar tácticas de supervivencia profesional para romper una posición de subordinación o para ejercer derechos que les son negados o que creen que no tienen; usan la 'mano izquierda' porque no se sienten autorizadas socialmente para usar la derecha:

"Somos muy silenciosas las mujeres, y también de trabajar bajo tierra y no decir nada; no esconderte, pero no hacer ruido" (Valeria).

También deben adoptar códigos de funcionamiento para conseguir una posición de tú a tú cuando tratan con profesionales varones; es decir, evitan la confrontación y adoptan un pragmatismo creciente: Valeria expone que "no acostumbro a ir con el método de dar miedo porque ya sé que no me sirve, así que voy con el de la sonrisa, que a veces también me va bien". Sin embargo, a veces tienen que hacer un sobreesfuerzo para superar actitudes intimidatorias que las pueden coartar o desestabilizar en reuniones profesionales. Por ejemplo, Carina refiere que va a reuniones de empresarios y es la única mujer. "Recuerdo estar en reuniones y que me cuestionen en mi cara. Soy el blanco perfecto: joven, mujer, y que eres la única...".

La falta de apoyo por parte de sus parejas masculinas también es un aspecto para señalar en los discursos de las mujeres emprendedoras. La pareja de Aura recelaba del éxito social del negocio de ella. Ante ello, Aura consideró que "es mi proyecto, y si no me apoya mi propia pareja, ¿qué estoy haciendo? Hace unos años me separé. Aquí es cuando empecé mi blog y mi Instagram". Esta decisión evidencia las posibilidades de acción autónoma de las mujeres y cómo el cambio social puede ser más lento en algunos hombres, que pueden acabar representando un obstáculo más que una ayuda.

En cuanto a los factores externos vinculados al contexto en el que se va a emprender, el *entorno* supone un condicionante fundamental, desde un punto de vista personal y de oportunidad de negocio. A nivel personal, las mujeres se sienten muy vinculadas al lugar donde emprenden, porque han nacido y vivido allí, porque han visto como trabajaba su familia y porque han participado de este trabajo. Como señala Sofía: "Nosotros queríamos emprender, pero cerca de casa. Creo que por la añoranza después de estar unos años fuera, dices yo quiero estar con mi gente".

El emprendimiento en y para el territorio incluye una voluntad personal de retorno de los conocimientos aprendidos; una vía para restablecer contactos entre territorios y entre las universidades, los movimientos sociales y los lugares; y un fuerte compromiso con el paisaje y con las personas que lo habitan. Como expresa Valeria, "si trabajas con personas y con territorio debes estar radicalmente atenta". Las emprendedoras más bien encajan en el concepto de 'aprendizaje empresarial' de DPEJ-RAE (2020) o en un proceso dinámico de concienciación, reflexión, asociación y aplicación que supone transformar el conocimiento y la experiencia en resultados funcionales.

El territorio importa porque contiene los aspectos relacionales, sociales y contextuales del comportamiento económico (Amin y Thrift, 1997). Y es así valorado por las mujeres como oportunidad de negocio: "Booking destinará dinero a conseguir ocupaciones en Barcelona, pero

no en pueblos pequeños como Peralada o Ventalló... donde los propietarios necesitan mucha ayuda” (Carina). O como Leonor, que considera que “tuve la visión (cuando aquí no se movía absolutamente nada) de que aquí merece la pena montar un negocio y comprarse una barca. Ahora me siento muy satisfecha porque veo que esto va cada vez para mejor”.

Contrariamente a los modelos de inmigración rural que se inspiran en inscripciones culturales colectivas sobre una ruralidad idealizada (Woods, 2011), las preocupaciones de las emprendedoras entroncan con la inestabilidad económica, el cambio climático, la seguridad alimentaria, la gestión medioambiental y la autosuficiencia laboral. Algo que se aprecia también en otras investigaciones (Pallarès-Blanch et al., 2015; Pérez et al., 2017).

Aura y Alicia tratan el cuidado de su ganadería desde una clara perspectiva de género, utilizando las explotaciones agroganaderas como base para promover la salud física y mental. Ambas ven necesaria la transmisión de estos valores a la sociedad y realizan visitas y talleres de huerta para familias con niños/as. Estos ejemplos son parte de las transformaciones agrarias, intrínsecamente ligadas a las estructuras y procesos sociales y de género, con prácticas empresariales que enfatizan lo subjetivo y lo emocional. También subrayan la idea que el emprendimiento es un proceso local en la medida que las mujeres emprendedoras tienen potencial para cambiar los lugares a través de crear un impacto en la calidad de vida de su comunidad (Hanson, 2009).

El *entorno familiar*, también se vislumbra como un elemento a considerar en el tránsito al emprendimiento “quizás por mi educación veo normal que quieras emprender. Mi padre fue una persona emprendedora y fue siempre mi modelo” (Sofía). Esto no impide que muchas personas e instituciones sigan tratando a las mujeres (y a los hombres) de acuerdo a creencias preconcebidas sobre la feminidad y la masculinidad, asumiendo ciertas habilidades y comportamientos como propios de cada género (Hanson, 2009). Alicia comenta que “mi madre y yo no estábamos acostumbradas a tener trabajadores y la primera vez que contratamos a alguien fue un escándalo”. La situación mencionada revela, por una parte, la permanencia de una mentalidad asentada en el medio rural sobre la división sexual del trabajo, pero por otra, un comportamiento que indica que en el mundo del trabajo remunerado las relaciones de poder y los significados de género son hoy discutidos y cambiados.

Por tanto, a la luz de los discursos de estas mujeres emprendedoras del entorno rural, cuentan con los mismos factores favorecedores de la actividad empresarial que los hombres (detección de oportunidades de negocio, posesión de conocimientos y habilidades para emprender, conocimiento de otras personas que han emprendido -GEM,2019-) si bien es cierto que el género sigue siendo un desafío en el proceso de emprendimiento.

Conclusiones y Discusión

Este artículo cubre un vacío en la relación entre las mujeres y el emprendimiento rural actual mostrando un perfil de mujeres jóvenes, formadas, con alta capacidad de innovación que se desarrollan profesionalmente en el medio rural generando un impacto en sus territorios. En él, se muestra el proceso de tránsito de las mujeres hacia el emprendimiento, desde las decisiones previas, al significado que atribuyen a su proceso y qué factores lo han condicionado desde una perspectiva analítica de género.

El medio rural puede ser un lugar interesante para nuevas oportunidades. Si bien se asocia a espacios con valores muy tradicionales marcados por las desigualdades de género también puede ser un espacio donde se generen nuevos mecanismos, tipos de relaciones personales y laborales. No es algo menor que mujeres jóvenes perciban estos territorios como una oportunidad no solo a nivel económico sino también social y medioambiental.

La experiencia de estas emprendedoras supera una etapa anterior en la que el perfil de la emprendedora era el de una mujer madura, con un pequeño negocio y un nivel de formación bajo (Sampedro y Camarero, 2007), y cuestiona claramente los estudios que generalizan a las emprendedoras con elecciones ocupacionales menos ambiciosas o arriesgadas que los hombres o que su temor al fracaso les sea un obstáculo a la hora de emprender (Fuentes y Sánchez, 2010; González et al., 2012). Como señalan algunos autores (Montero y Camacho, 2018), el nivel formativo alcanzado por las mujeres tiene un efecto importante en la especialización productiva de sus negocios, observando que a más formación más diversidad sectorial de las empresas femeninas.

Las experiencias de tránsito hacia el emprendimiento de estas agentes muestran un cambio en el emprendimiento rural. El lugar tiene una influencia importante a la hora de decidir el tipo de actividad que se va a desarrollar en el negocio y ejerce un papel fundamental en la decisión de emprender por parte de las mujeres. El compromiso que establecen con el entorno es un motivo para desplegar en él todas sus capacidades y el foco de los negocios pasa por proyectos que relacionan más las personas y los lugares. Por otra parte, el poder sobre los recursos es más importante que los mismos beneficios porque supone autoestima, capacidad de actuación y bienestar.

En la sociedad actual el emprendimiento es una opción válida para poder mantenerse activo/a en el sistema laboral (Neira et al., 2013; Suárez et al., 2015) y, en este contexto, “la orientación profesional juega un papel fundamental” (Suárez-Ortega et al., 2020, p.174). En este sentido, como señalan Palomares-Montero et al. (2019) “la orientación profesional debe ofrecer respuestas integrales a las necesidades que acompañan al emprendimiento actual” (p. 134). Los resultados del trabajo desarrollado por estas autoras nos llevan a concluir que:

... desarrollar la orientación profesional de un modo holístico, atendiendo a aspectos personales y de proyecto de vida y articulados en coherencia con un proyecto profesional emprendedor, suponga mejorar las tasas o resultados de los proyectos emprendedores noveles, pero sí animan a pensar que conviene profundizar en esta línea de investigación y en la propuesta de modelos alternativos de formación y diseños que motiven al emprendimiento con enfoques globalizadores (p. 146).

Nuestro estudio refuerza claramente esta idea. La articulación entre el proyecto profesional y el vital es el motor que ha impulsado el emprendimiento de estas mujeres. Cabe señalar, también, que, si realmente se considera el emprendimiento como una buena opción para estar laboralmente activo/a, especialmente en el caso de las mujeres, se puede plantear, siguiendo a Soto et al. (2018) que:

... además de los necesarios incentivos fiscales o la financiación empresarial, es preciso integrar, paralelamente, un enfoque educativo y acciones formativas y orientadoras que permitan a las personas en transición al emprendimiento forjar sus proyectos con base en competencias que les permitan el desarrollo de sus carreras profesionales y personales de manera integrada y coherente (p. 176).

Desde la orientación profesional es imprescindible considerar el impacto de la socialización de género en las mujeres para reforzar su cultura emprendedora superando los obstáculos que les impone su rol social. Por ello cualquier acción formativa y orientadora deberá incluir la incidencia

de las normas y valores de género tanto en el emprendimiento como en el contexto rural donde ésta tenga lugar.

En los procesos de orientación es necesario prestar especial atención a la toma de decisiones profesionales sobre todo en la etapa secundaria obligatoria, momento fundamental en el desarrollo de los proyectos de vida futuros de mujeres y hombres, ayudándoles a desarrollar estrategias que permitan realizar elecciones libres de estereotipos de género.

Del mismo modo, en los últimos años de la formación universitaria, es cada vez más necesaria una orientación que permita al alumnado desarrollar competencias e iniciativas emprendedoras en diferentes contextos, y de modo especial en el rural.

En este proceso, es especialmente importante visibilizar el espíritu emprendedor y la actividad empresarial de las mujeres en el medio rural y poner en valor su trabajo en un mundo hasta ahora eminentemente masculino, a fin de que se conviertan en referentes tanto para las nuevas generaciones como para aquellas que decidan iniciar nuevos proyectos profesionales.

Nuestra investigación ha evidenciado que la relación de las personas con sus entornos y con las instituciones están condicionadas por el género. Las oportunidades y el trato que reciben las mujeres se deben a una comprensión categórica de género. Está por ver si más allá de conseguir el bienestar para ellas, sus familias y sus entornos podrán alterar las normas de género y los sistemas de poder establecidos.

Al mismo tiempo, los resultados obtenidos han permitido conocer los obstáculos a los que muchas mujeres emprendedoras han de enfrentarse en su día a día en el medio rural, lo que puede servir para que desde la orientación profesional se diseñen y pongan en práctica actuaciones que permitan el desarrollo de procesos de empoderamiento sin sesgos de género.

Estudios posteriores podrían centrarse en explorar otras variables que pueden ejercer un papel fundamental en la decisión de emprender por parte de las mujeres y profundizar en las respuestas que, desde la orientación profesional, se pueden proporcionar a partir de las primeras etapas educativas para atender a las necesidades de desarrollo profesional de las mujeres. De forma paralela, ampliar el ámbito geográfico de estudio facilitaría poder analizar correspondencias, similitudes y diferencias entre distintos territorios.

Referencias bibliográficas

- Abrego, P. y Brammer, L. (1992). Counseling adults in midlife career transitions. En H.D. Lea y Z. B. Lebowitz (Eds.), *Adult career development: Concepts, issues, and practices* (pp. 234-254). National Career Development Association.
- Alario, M. y Morales, E (2016). Iniciativas de las mujeres: emprendimiento y oportunidades en el espacio rural de Castilla y León. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 62 (3), 613-637 <https://doi.org/10.5565/rev/dag.369>
- Amin, A. y Thrift, N. (1997). Globalization, socioeconomics, territoriality. En R. Lee y J. Wills (Eds.), *Geographies of Economies* (pp. 147-157). Arnold.
- Auberni, S. (1995). *La orientación profesional*. Institut Municipal d'Educació.

- Baylina, M., Villarino, M., García Ramon, M.D., Mosteiro, M.J., Porto, A.M. y Salamaña, I. (2019). Género e innovación en los nuevos procesos de re-ruralización en España. *Finisterra*, 54 (110), 75-91. <http://dx.doi.org/10.18055/Finis16053>
- Cueto, B., Mayor, M. y Suárez, P. (2015). Entrepreneurship and unemployment in Spain: a regional analysis. *Applied Economics Letters*, 22, 1-6. <https://doi.org/10.1080/13504851.2015.1021450>
- Denzin, N.K. y Lincoln Y.S. (Eds.) (2005). *Handbook of Qualitative Research* (3ª Ed.). Sage.
- DPEJ-RAE (2020). *Diccionario Panhispánico del Español Jurídico-Real Academia Española* (dpej.rae.es). <https://dpej.rae.es/>
- Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28 (3), 1-28. <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>
- García, L. y Díaz, J.C. (2018). Factores que incidieron en el emprendimiento rural en Extremadura (España) durante el período 2003-2012. *Revista Lebre*, 10, 111-132. <https://doi.org/10.15332/rl.v0i10.2200>
- GEM (2012). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2012*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/Informes%202012/GEMCityofMadrid-2012.pdf>
- GEM (2017). *Women`s Entrepreneurship 2016/2017 Report*. <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/gem-womens-2016-2017.pdf>
- GEM (2019). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2018-2019*. Instituto de Empresa.
- González, J. L., Martianera, A. y Peña, I. (2012). Género y actividad exportadora de los emprendedores en España. *Economía Industrial*, 383, 95-110.
- Hanson, S. (2009). Changing Places Through Women`s Entrepreneurship, *Economic Geography*, 85 (3), 245-267. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01033.x>
- López, M., Romero, P. y Díaz, R. (2012). Motivaciones para emprender. Un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía Industrial*, 383, 75-84. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Macarena%20López%20Fernández.pdf>
- Martínez, R. (2000). Aproximaciones teóricas a los procesos de inserción laboral. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales* 25, 65-92.
- Marusic, S. (1985). Vocational Guidance as an Instrument of Vocational Development after School. *Educational and Vocational Guidance*, 44, 61-70.
- Massot, I., Dorio, I. y Sabariego, M. (2004). Estrategias de recogida y análisis de la información. En R. Bisquera (Coord.), *Metodología de la Investigación Educativa* (pp. 337-366). La Muralla.
- Miles, M. y Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis. An Expanded Sourcebook* (2ª ed.). Sage.
- Montero, B. y Camacho, J.A. (2018). Caracterización del emprendimiento femenino en España: una visión de conjunto. *Revesco*, 129, 39-65. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.61936>

- Mir, R. y Jain, S. (Eds.) (2017). *The Routledge Companion to Qualitative Research in Organization Studies*. Routledge.
- Moyano, E. (2009). Las mujeres del medio rural. De la invisibilidad al reconocimiento social. *Agricultura Familiar en España*, 34-39. https://www.upa.es/anuario_2009/pag_034-039_eduardomoyano.pdf
- Neira, I., Portela, M., Cancelo, M. y Calvo, N (2013). Capital social y humano como determinantes del emprendimiento en las regiones españolas, *Investigaciones regionales*, 26, 115-139.
- Olaz, A. J. y Ortiz, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: Una investigación cualitativa en clave competencial. *Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 22, 51-66. <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>
- Osuna, M., Rodríguez, L. y Gómez, M. (2015). *Mujeres, Turismo Rural y Brecha Salarial de Género*. UCOPress, Editorial Universidad de Córdoba.
- Pallarès-Blanch, M. (2015). Women's eco-entrepreneurship: a possible pathway towards community resilience? *Ager*, 18, 65-89. <https://doi: 10.4422/ager.2015.03>
- Pallarès-Blanch, M., Tulla, A. y Vera, A. (2015). Environmental Capital and Women's Entrepreneurship: A Sustainable Local Development Approach. *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, 10 (3), 133-146.
- Palomares-Montero, D., Chisvert-Tarazona, M.J. y Suárez-Ortega, M. (2019). Formación y orientación para el emprendimiento. Lo que dicen la bibliometría y los emprendedores noveles. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 30 (1), 131-149. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.30.num.1.2019.25198>
- Patino-Alonso, M., Vicente-Galindo, M., Galindo-Villardón, M. y Vicente-Villardón, J. (2015). Multivariate profile of women who work in rural settings in Salamanca, Spain. *Journal of Sociology*, 52(4), 806-823. <https://doi.org/10.1177%2F1440783315594485>
- Pato, L. (2015). *Rural Entrepreneurship and Innovation: Some Successful Women's Initiatives*. European Regional Science Association (ERSA).
- Pérez, A., Tallón, M., Rodríguez, P. y Guerrero, M. (2017). Estudio de la mujer emprendedora: el medio rural como oportunidad. *RA & DEM: Revista de Administración y Dirección de Empresas*, 1, 1-12.
- Sabater, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Femeris*, 3 (2), 55-78. <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>
- Sabariego, M. (2004). El proceso de investigación (Parte 2). En R. Bisquerra (Coord.), *Metodología de la Investigación Educativa* (pp. 127-163). La Muralla.
- Sampedro, R. y Camarero, J.L. (2007). Mujeres empresarias en la España rural. El sujeto pendiente del desarrollo. *Revista Internacional de Sociología*, 65 (48), 121-146. <https://doi.org/10.3989/ris.2007.i48.71>
- Sánchez-Apellániz, M. (1999). Tendencias de las mujeres en el desarrollo profesional. *Reis*, 85, 67-83.
- Suárez-Ortega, M., Cortés Pascual, P. y Sánchez García, M. (2015). Orientación para la construcción de la carrera profesional desde perfiles de emprendimiento. En AIDIPE, *Investigación con y para la sociedad* (pp. 513-520). Bubok Publishing.

- Soto, M. D., Suárez, M. y Ortega, M. P. (2018). Referentes teóricos psicopedagógicos de la formación para el desarrollo de la carrera emprendedora. *Publicaciones*, 48(2), 173–196. <http://doi.org/10.30827/publicaciones.v48i2.8339>
- Suárez-Ortega, M., Sánchez-García, M.F. y Soto-González, M.^a D. (2020). Desarrollo de la carrera emprendedora: Identificación de perfiles, competencias y necesidades. *Revista Complutense de Educación*, 31 (2), 173-184. <https://doi.org/10.5209/rced.62001>
- Super, D. E. (1975). *The Psychology of Careers: An Introduction to Vocational Development*. Harper and Row.
- Talón, P., Abad, P. y González, L. (2014). Emprendimiento de la mujer en el ámbito rural: el turismo como motor de desarrollo. *Esic Market Economics and Business Journal*, 45 (3), 579-604. <http://www.esic.edu/esicmarket>
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Valencia, G. D. (2012). Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. *Semestre económico*, 15 (32), 103-128.
- Warneke, T. (2013). Entrepreneurship and Gender. An Institutional Perspective. *Journal of Economic Issues*, 47 (2), 455-464. <https://doi.org/10.2753/JEI0021-3624470219>
- Woods, M. (2011). *Rural*. Routledge.

Fecha de entrada: 28 de septiembre de 2020

Fecha de revisión: 15 de enero de 2021

Fecha de aceptación: 3 de marzo de 2021