



## EL EMPRENDIMIENTO COMO OPORTUNIDAD LABORAL PARA LAS MUJERES GRADUADAS EN TURISMO

Entrepreneurship as a job opportunity for women graduates in tourism

LAURA LÓPEZ-GÓMEZ  
Universidad de Murcia, España

---

### KEYWORDS

Entrepreneurship  
Women  
Tourism  
University  
Opportunity  
Gender  
Labour

---

### ABSTRACT

*In this paper we analyze the role of women as entrepreneurs in the tourism sector. The educational level of women who study tourism at university means that they have tools for entrepreneurship and that the university should encourage their entrepreneurial spirit as another employment opportunity. By carrying out a SWOT analysis, we detected that the current context is ideal for encouraging entrepreneurship among female graduates in tourism and we propose support tools from the universities where they were trained.*

---

### PALABRAS CLAVE

Emprendimiento  
Mujeres  
Turismo  
Universidad  
Oportunidad  
Género  
Trabajo

---

### RESUMEN

*En este trabajo analizamos el papel de la mujer como emprendedora en el sector turístico. El nivel educativo de las mujeres que cursan estudios universitarios en turismo permite que tengan mejores herramientas para emprender y que, desde el ámbito universitario, se deba fomentar el espíritu emprendedor de las mismas como otra salida laboral. Realizando un análisis DAFO detectamos que el contexto actual es idóneo para incentivar el emprendimiento entre las graduadas en turismo y se proponen herramientas de apoyo desde las universidades en las que se formaron.*

---

Recibido: 13/ 09 / 2022

Aceptado: 18/ 11 / 2022

## 1. Introducción

El emprendimiento es una oportunidad laboral que ofrece, ciertamente, innumerables ventajas para quienes deciden seguir por este camino; sin embargo, tradicionalmente, ha sido elegido por más hombres que mujeres. La mayor visibilidad de los hombres emprendedores, así como la perpetuación de estereotipos de género en los medios de comunicación, han dado lugar a una brecha entre hombres y mujeres emprendedores que se extiende al conjunto de sectores económicos.

El objetivo de este trabajo es estudiar las potencialidades del emprendimiento femenino en el sector turístico, especialmente, para aquellas mujeres que han cursado estudios universitarios especializados en el sector. El turismo, sobre todo a nivel local y regional, ha generado muchos puestos de trabajo para ellas y, además, ha sido un área fecunda para todas las que decidieron emprender y formar su propio negocio. El turismo rural ha sido el ámbito donde las mujeres han tomado un mayor protagonismo y dónde han puesto en marcha más proyectos empresariales como forma de conseguir independencia económica y financiera. El autoempleo ha sido utilizado por ellas como fuente de realización personal consiguiendo una trayectoria profesional autónoma y emancipada del núcleo familiar (Alario-Trigueros y Morales-Prieto (2016)). Esta tendencia detectada en España por diversos autores, se repite también a nivel internacional y está siendo muy relevante para la configuración del “nuevo” sector turístico surgido tras la pandemia de COVID-19. En este nuevo escenario se demanda una oferta turística de mayor cercanía y naturaleza, con menos aglomeraciones y con servicios especialmente cuidados y planificados. Todo esto crea un clima perfecto para un emprendimiento que se ajusta a las características de la mujer y que genera una gran oportunidad laboral que se debe fomentar desde las instituciones.

La principal institución que debe promover esta salida laboral es la universidad. Como ya hemos mencionado, el sector turístico está demandando capital humano con una formación académica superior y especializada. Todos los egresados en turismo tendrán un papel protagonista en la forma en la que se configure, a partir de ahora el sector; pero para conseguir mayores niveles de igualdad y bienestar social se necesitará, sin lugar a dudas, incluir en mayor medida a las graduadas. Durante su formación, muchas de ellas reciben información sobre cómo aplicar a ofertas de empleo, cómo desenvolverse en entrevistas de trabajo o se les enseña qué se espera de ellas en las empresas que les darán trabajo. Este tipo de conocimientos es, fundamental, no obstante, también se deben exponer las potencialidades del sector para trabajar por cuenta propia, así como, abordar estrategias que permitan fomentar el valor del emprendimiento en las mujeres que se están especializando en el medio turístico.

Los profesores que imparten docencia en los grados en turismo deben tener en cuenta las oportunidades que ofrece el sector para los futuros graduados y fomentar estos valores en el aula. Esto es especialmente interesante si se lleva a cabo con perspectiva de género, y, además, las estrategias se centran en animar a las alumnas a formar su propia empresa, contribuyendo así a minimizar la brecha de género que existe en el mundo empresarial. Es importante que el docente tenga claras las oportunidades que tienen las mujeres que deciden emprender y, una vez detectadas estas fortalezas y oportunidades, trabajar con el alumnado para que dejen atrás miedos y prejuicios en su camino hacia el emprendimiento. También es importante conocer los retos y debilidades de poner en marcha tu propio proyecto para poder emplear herramientas que permitan que los alumnos y alumnas puedan maximizar los beneficios y minimizar los riesgos de emprender en esta rama de la actividad económica.

En este trabajo abordaremos estos retos descubriendo las fortalezas y debilidades del sector y proponiendo herramientas que fomenten el espíritu emprendedor del estudiantado, en concreto, el femenino. Para conseguir nuestro objetivo, haremos una revisión de la literatura sobre emprendimiento y mujeres en el sector turístico. Una vez analizados estos trabajos, llevamos a cabo un análisis DAFO del ámbito turístico actual y, finalmente, proponemos estrategias de trabajo con el alumnado de los grados en turismo para que contemplen el emprendimiento como una probable salida laboral tras su paso por la universidad.

Tras llevar a cabo este estudio, concluimos que el nuevo escenario turístico supone una gran oportunidad para muchas mujeres que están pensando en formar su propio negocio. Las actividades turísticas, especialmente a nivel local, demuestran ser un escenario fértil para el emprendimiento femenino. Estas oportunidades deben ser aprovechadas por las futuras graduadas para encontrar su hueco en el mundo laboral. Desde el ámbito universitario se les debe informar sobre las posibilidades de emprendimiento de forma adecuada, fomentar la seguridad en sí mismas mediante, por ejemplo, la impartición de charlas y seminarios o la puesta en valor de figuras femeninas emprendedoras. Además, el asesoramiento legal y financiero, así como el apoyo psicosocial, serán, indudablemente, un gran aliciente para que decidan emprender generándose así nuevas oportunidades laborales y aumentando el bienestar social.

La estructura de este trabajo es como sigue: en el apartado 2 haremos una breve revisión de la literatura que existe sobre emprendimiento femenino y turismo. En el apartado 3 realizamos un análisis DAFO de la situación del sector. Más adelante, en el apartado 4, discutimos los resultados y presentamos diferentes propuestas de trabajo que se puede realizar desde el ámbito universitario para conseguir promover el espíritu emprendedor entre las estudiantes. Finalmente, en el apartado 5 presentamos las conclusiones a las que hemos llegado.

## 2. Revisión de la literatura

El sector del turismo ha sido una fuente fundamental de ingresos para muchos hombres y mujeres emprendedores en países con una actividad turística importante, como es el caso de España. Esta rama de la actividad económica ha generado muchos empleos, así como pequeñas y medianas empresas donde mujeres, tanto del ámbito rural como urbano, han encontrado una oportunidad para tener una mayor independencia financiera y realizarse profesionalmente.

En muchos lugares del mundo el turismo es una gran fuente de trabajo por cuenta propia y ajena, pero que ha seguido perpetuando roles de género al ocupar a las mujeres en empleos relacionados, principalmente, con labores domésticas. La reproducción de los roles del hogar en el ámbito laboral ha sido una constante del sector tal y como han constatado algunos autores como Cánoves y Villamarino (2000) o Galeana y Aguila-socho (2008). Lo mismo han demostrado Morales-Hernández y Fernández-Hernández (2019). Estos autores encuentran que, para el caso de La Palma, en España, los trabajos realizados por mujeres en el sector turístico están muy enfocados a dichos roles tradicionales. Pero no solo se detecta para el caso español, Morales-Hernández y Fernández-Hernández (2016) también detectan estas diferencias en el turismo rural de otros países, como, por ejemplo, Chile. Por tanto, el trabajo en este sector, en algunas ocasiones, ha contribuido a perpetuar estereotipos de género dejando a las mujeres al margen de puestos de responsabilidad.

Sin embargo, y a pesar de esto, el sector turístico ha sido, tradicionalmente, un sector especialmente idóneo para la reducción de las desigualdades entre ambos sexos. El autoempleo, o emprendimiento a pequeña escala, ha sido una salida para mujeres, sobre todo rurales, que tenían dificultades de acceso al mercado laboral. Byrne (2005) pone de manifiesto que las éstas tienen una gran relevancia en el sector turístico, sin embargo, su papel no se había estudiado lo suficiente hasta ese momento debido a que, de forma habitual, se ha profundizado más en los beneficios de este sector dejando a un lado otros aspectos en los que las mujeres tienen un mayor protagonismo.

Por su parte, Khatiwada y Silva (2015) resaltan la importancia que tiene el turismo rural para reducir desigualdades de género generando riqueza y empleo al sector femenino de la población. Alario-Trigueros y Morales-Prieto (2016) evidencian que el emprendimiento femenino ha sido, y es, una alternativa a la precariedad laboral en España que, además, se ha visto incrementada, especialmente en los últimos tiempos. Estos resultados los refuerzan Ballester et al. (2014) encontrando evidencia de que, el emprendimiento de las mujeres en el turismo rural español ha supuesto un avance para ellas ya que así encuentran mayor libertad financiera y personal y, también, generan riqueza en su entorno.

Según Rodríguez (2013), las mujeres han tenido, de forma mayoritaria, una clara desventaja respecto a los hombres a la hora de montar un negocio. A la hora de emprender, ellas han tenido que enfrentarse a mayores dificultades. A pesar de los obstáculos, Álvarez et al. (2012) demuestran que, en los primeros años del siglo XXI, y para todos los sectores, la tasa de emprendimiento femenina ha aumentado, si bien es cierto que las empresas creadas por mujeres son de menor tamaño (Rijkers y Costa (2012)) y siguen centradas en roles domésticos (Anthopoulou (2010)). Pese a los muchos inconvenientes que existen, el emprendimiento como salida laboral para las mujeres, ha sido importante en los últimos años, principalmente en el sector turístico.

Existen diferentes estudios que demuestran esto, por ejemplo, Pallarès-Blanch et al. (2018) destacan que las mujeres rurales del Pirineo catalán han mostrado un perfil muy dinámico y emprendedor en las últimas décadas. Caamaño-Franco et al. (2020) también ponen sobre la mesa el papel tan relevante que ha tenido el turismo marítimo para las mujeres gallegas. El auge de este tipo de turismo ha generado la puesta en marcha de proyectos con un carácter innovador, liderados por mujeres. El resultado ha sido muy satisfactorio, ya que ha generado riqueza local a través del empoderamiento femenino. Este fenómeno no solo se detecta en nuestro país, a nivel internacional, Flores et al. (2014) evidencian que las mujeres inmigrantes que viven en el ámbito rural han mostrado un perfil emprendedor que también detectan Martínez-Quintana y Ramón Pineda (2020) en mujeres retornadas desde España a Ecuador. Estas mujeres adquieren capacidades y conocimientos, en muchos casos universitarios, sobre el turismo y una vez en su país de origen las aplican de forma sencilla generando nuevas oportunidades laborales para ellas.

En 2020 el sector sufrió un shock de dimensiones inimaginables hasta entonces y todo cambió. El brote de COVID-19 que paralizó el mundo hizo temer lo peor al turismo, sin embargo, una vez pasado el tsunami toca reconstruir lo perdido y volver a ofertar un producto que los consumidores siguen demandando. El turismo vuelve a resurgir, aunque no lo hace de la misma forma, y en esta reconstrucción las mujeres deben tener un papel de relevancia. Quevedo-Vázquez et al. (2020) argumentan que esta recuperación pasará por proyectos innovadores, nuevas estrategias de venta y mayores tasas de emprendimiento. Efectivamente, la reconfiguración del sector requerirá que nazcan nuevas empresas con una oferta diferente, esto hace de la etapa post-pandemia una época clave para que las mujeres, sobre todo las que tienen formación universitaria en turismo, decidan tomar las riendas de su futuro laboral y se animen a utilizar sus conocimientos para reconstruir el sector mediante el emprendimiento. Esta refundación no solo las beneficiará a ellas, si no que permitirá que, esta actividad tan importante en países como el nuestro se reactive y vuelva a generar empleo y riqueza para todos.

En este sentido, Gutiérrez-Cruz et al. (2021) demuestran que el incremento de las mujeres emprendedoras en el sector turístico costarricense da lugar a una reducción en los niveles de pobreza general del país. Por su parte, Vargas-Sánchez (2020) y Pallarès-Blanch et al. (2015) encuentran que el turismo es un revitalizador de los entornos rurales y el emprendimiento en este sector en zonas no urbanas está asociado a mayores niveles de bienestar social. Lo mismo detectan Caamaño-Franco et al. (2020) evidenciando que el desarrollo local de los pueblos marineros de Galicia ha experimentado un auge como consecuencia de los proyectos liderados por mujeres. Todos estos autores inciden, además, en la necesidad de seguir promoviendo la puesta en marcha de estos proyectos como forma de fomentar desarrollo local y, por tanto, como medio de progreso general. Estos resultados demuestran que fomentar el espíritu emprendedor en las mujeres no es una cosa menor, ya que está en juego el bienestar de toda la economía. Por esta razón, desde el ámbito universitario, no podemos hacer más que cumplir con nuestro papel en la sociedad y contribuir a este proceso impulsando el valor del emprendimiento entre las alumnas universitarias que cursan sus estudios en turismo.

### 3. Análisis de los datos

Para conocer en el qué punto se encuentra el sector y cuales son las ventajas e inconvenientes que ofrece a sus profesionales hemos optado por realizar un análisis DAFO. Éste es un método ampliamente utilizado en el ámbito empresarial que se utiliza para poner de relieve los aspectos que favorecen o perjudican a una determinada decisión. Sin duda, la iniciativa de abrir un negocio propio es una elección trascendental en la vida laboral de cualquier persona y, hacer, previamente, un análisis de estas características, queda plenamente justificado. Una vez llevado a cabo el análisis, sabremos en qué momento se encuentra el turismo y seremos capaces de entender si la situación es idónea para las mujeres que tienen ganas de emprender. También se analizan las debilidades y amenazas, a las que se enfrenta el sector y, así, comprenderemos cuál puede ser el papel de la mujer en el futuro del turismo, además de conocer los obstáculos que deberá afrontar como potencial emprendedora. Este análisis nos servirá, además, para conocer mejor qué espera el mercado de las graduadas y, así, proponer herramientas de trabajo en el aula que sirvan de inspiración a las alumnas que, tras finalizar sus estudios, decidan apostar por un proyecto propio.

**Tabla 1.** Estructura matricial DAFO

	Análisis Externo	Análisis Interno
Aspecto Positivo	Oportunidad	Fortaleza
Aspecto Negativo	Amenaza	Debilidad

Fuente: Elaboración propia

Este tipo de método analítico nos permite detectar los factores externos e internos que lastran o favorecen el emprendimiento de las mujeres en este sector. Con la información que hemos recogido en la sección anterior somos capaces de reconocer y diferenciar estos factores y, una vez presentados, elaboramos estrategias de fomento del espíritu emprendedor que se ofrezcan desde el ámbito universitario y que se puedan trasladar al estudiantado, especialmente al femenino.

En este trabajo presentamos los resultados del análisis DAFO siguiendo la forma matricial que muestra la tabla 1. En cada una de las celdas de esta matriz 2x2, mostraremos los aspectos internos y externos que contribuyen de forma positiva o negativa al sector.

**Tabla 2.** Análisis DAFO

	Análisis Externo	Análisis Interno
Aspecto Positivo	Turismo post-pandemia Trato con el cliente Apoyo institucional	Turismo rural Turismo cercano Independencia económica. Nueva visión del turismo Formación académica
Aspecto Negativo	Sector masculinizado Coyuntura económica	Factores económicos Falta de motivación y confianza Factores coyunturales

Fuente: Elaboración propia

El análisis externo de la situación del sector turístico, en general, y de la situación que enfrentan las graduadas en particular, está íntimamente ligado a la estructura y situación económica del país que estamos analizando. Como amenazas que se ciernen sobre el sector, para el caso español, detectamos, principalmente, una coyuntura económica desfavorable que ha estado marcada en los dos últimos años por las restricciones COVID y que ha afectado muy especialmente al turismo. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la contracción del sector no tuvo parangón, llegando a registrarse una caída de más del 70% de la actividad turística en 2020 a nivel mundial. En este año, se registraron 1000 millones menos de traslados internacionales y se destruyeron cerca de 120 millones de empleos relacionados con el sector. En nuestro país, además, esta caída fue especialmente acusada y estuvo muy relacionada con la poca movilidad de los turistas de nuestros países vecinos, Francia y Portugal (López-Gómez et al. (2022)). A esto se une la creciente incertidumbre mundial que existe y que está relacionada con la crisis energética y la guerra de Ucrania. La situación geopolítica y económica existente es desalentadora para todos los sectores. Con una inflación desbocada que ronda las dos cifras (9.9% en septiembre de 2022 (Eurostat)) en la eurozona, el Banco Central Europeo se ha visto obligado a subir los tipos de interés con el consiguiente efecto negativo que esto tiene sobre el consumo y, por ende, sobre sectores como el turismo.

Además de estas amenazas, el sector turístico enfrenta algunas debilidades como, por ejemplo, la falta de emprendedores, especialmente mujeres. El ámbito empresarial ha estado, tradicionalmente, muy masculinizado. Todo esto puede generar dudas a las egresadas y futuras graduadas sobre la viabilidad de embarcarse en un proyecto empresarial. Sin duda, la literatura que hemos revisado demuestra que las mujeres empresarias son menos que los hombres, aunque, afortunadamente, esa tendencia se ha revertido en los últimos años. Precisamente, uno de los factores que ha ayudado a aumentar el número de mujeres que trabajan por cuenta propia ha sido el apoyo institucional.

Este apoyo es otra oportunidad para impulsar el emprendimiento femenino en el sector. Está demostrado que en aquellos lugares con mejor calidad institucional (Pallarès-Blanch et al. (2015)) la mujer acaba emprendiendo más. Pandey y Ansari (2016) explican cómo el apoyo de las instituciones ha jugado un papel fundamental en la incorporación de la mujer al mundo empresarial. Otros muchos autores como Álvarez et al. (2012) o Castro et al. (2013) han analizado como el soporte institucional ha sido un acicate para las mujeres con espíritu emprendedor y muestran como el apoyo no económico y el soporte de instituciones financieras de calidad fomenta el emprendimiento femenino. Los mismos resultados encuentran De la Fuente et al. (2014) y también Ortiz García (2017). Especialmente importante es la existencia de redes institucionales de apoyo como asociaciones, liderazgos locales y mujeres en las corporaciones municipales [Pallarès-Blanch et al. (2015) y Savall et al. (2020)].

A este sostén institucional hay que sumar los buenos datos que la actividad turística está arrojando una vez superada la pandemia. Según el Barómetro del Turismo Mundial elaborado por la OMT para el año 2022, el turismo internacional experimentó un fuerte repunte hasta mayo, consiguiendo un 46% de las llegadas internacionales que se registraron en 2019. Especialmente importante ha sido el repunte en Europa donde las llegadas internacionales aumentaron un 350% respecto a los primeros cinco meses de 2021. Para el caso concreto de España, los datos de trabajadores afiliados a las actividades turística marcaron en 2022 su mejor septiembre, según datos del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. Además, según la Secretaría de Estado de Turismo, en el año 2022 se conseguirá recuperar más del 80% de las llegadas de turistas que había hasta 2019 y un 95% del gasto de los turistas que arribaban a nuestro país. Por su parte, Turespaña pronostica un incremento en la llegada de turistas especialmente procedentes de Francia, Alemania y Reino Unido. Además, prevé un fuerte incremento en la llegada de turistas procedentes de Estados Unidos para el 2023. Estos datos demuestran que el sector turístico está en plena escalada y refundación y, por tanto, sigue siendo una de las grandes esperanzas para

mantener la actividad económica de este país, y seguirá siendo un gran generador de empleo en los próximos años. Por tanto, el sector demuestra que puede convertirse en una gran oportunidad para aquellas mujeres que estén dispuestas a liderar el repunte del sector, y que pretendan hacerlo poniendo en marcha su propio proyecto.

Otra oportunidad que, a su vez es también una fortaleza, es el trato con el cliente y la cercanía que se les pide a los profesionales de este sector. Como evidencian Morales-Hernández y Fernández-Hernández (2019) y Morales-Hernández y Fernández-Hernández (2016) estas características son las que destacan entre las mujeres dedicadas al turismo. A pesar de que, en su mayoría, esta dedicación es como trabajadoras por cuenta ajena, también es un factor a tener en cuenta como futuras emprendedoras. Arteaga-Cervantes et al. (2020) demuestran que las mujeres emprendedoras son más innovadoras y usan más su intuición para implementar estrategias exitosas, pero, además, muestran capacidades como la empatía, la colaboración o la predisposición al trabajo, aspectos que, unidos a una creciente formación académica, hacen que las futuras egresadas tengan en el trabajo por cuenta propia una oportunidad y una fortaleza poco explorada pero muy atractiva.

A esto hay que añadir que el sector está sufriendo cambios importantes que pueden beneficiar a las futuras emprendedoras. La OMT, en sus directrices para la recuperación del turismo subraya la necesidad de que el turismo post pandemia promueva valores como la solidaridad y la sostenibilidad y, asimismo, que esté cimentando en una educación superior de calidad. Estos valores son especialmente importantes para las mujeres que se deciden a crear su propio negocio como revelan Pallarès-Blanch et al. (2015). Todo esto sumado a que las alumnas tienen una formación cada vez mayor y más especializada, hace que la presencia de mujeres tenga un gran peso en el sector. De hecho, según datos de la OMT, el 54% de la fuerza laboral del turismo corresponde a mujeres. Desafortunadamente, todavía no son tantas las que deciden emprender y, por esa razón, desde el profesorado universitario, se tiene que fomentar este valor; de tal forma que, tal y como piden la OMT y la OMS, el turismo rebrote y lo haga con fuerza, firmeza y de forma igualitaria y sostenible.

Resumiendo, tras llevar a cabo este análisis, vemos que el sector del turismo está en pleno proceso de cambio y qué los retos a los que se enfrenta son especialmente propicios para la incorporación de nuevo talento procedente de las universidades. En este contexto, los profesores universitarios deben ser capaces de fomentar en el alumnado la capacidad y motivación suficiente para emprender y, así dar lugar a un sector renovado. Para conseguirlo, las mujeres tendrán que tener un papel fundamental, y no solo como trabajadoras del sector, sino que deberán impulsar la creación de empresas y atreverse a dar el salto hacia el emprendimiento. Con la incorporación de mujeres emprendedoras a la actividad turística conseguiremos un mayor bienestar social, les ofreceremos a las futuras graduadas otras salidas profesionales y construiremos un turismo mejor y más resiliente.

En el siguiente apartado discutiremos cuales son las mejores estrategias de trabajo tanto en el aula como en el ámbito universitario en general, para fomentar este espíritu emprendedor, minimizando las amenazas y debilidades y, sobre todo, potenciando las fortalezas y oportunidades que el sector ofrece a las futuras graduadas.

#### **4. Discusión y propuestas de trabajo en el aula**

Como ya hemos visto, el contexto actual es especialmente interesante para favorecer el emprendimiento como oportunidad laboral para las mujeres graduadas en turismo. Desde el profesorado universitario hay todavía mucho trabajo por hacer hasta llegar a conseguir que las alumnas se sientan cómodas con la idea de emprender y consideren esta salida como una oportunidad real y factible. Las nuevas oportunidades surgidas tras la pandemia favorecen las posibilidades de inserción laboral de las mujeres, en un sector ya de por sí con mucha presencia femenina. Esta importante fuerza laboral ha sido fruto de años de trabajo y esfuerzo y las ganas de las mujeres por encontrar una oportunidad de trabajo que les permita tener su independencia económica al margen de la economía familiar. Muchas mujeres han utilizado el turismo, especialmente el turismo rural, para conseguir este objetivo, generando así un mayor bienestar social e impulsando el desarrollo local. Sin embargo, y a pesar de estos avances, todavía hay que alimentar más al sector de emprendedores que, consideramos, deben ser, en buena medida mujeres.

Para conseguir este objetivo la universidad debe actuar decididamente en este sentido durante la formación de las futuras egresadas. En este trabajo proponemos algunas dinámicas y herramientas de trabajo en el aula que permitan conseguir nuestro objetivo.

**Propuesta 1. Conferencias impartidas por mujeres emprendedoras de reconocido prestigio en el sector.** Las facultades en las que se imparte el grado en turismo deben apostar por programar conferencias que visibilicen a las mujeres empresarias, en general, y a las mujeres empresarias del sector turístico en particular. El caso de mujeres que han sido exitosas en este ámbito es relevante para incrementar la confianza de las alumnas en que su proyecto puede convertirse en una realidad. Además, de invitar a conferenciantes con proyección nacional, también es importante que se muestre el ejemplo de mujeres del entorno regional que han apostado por esta opción. La cercanía de los ejemplos y la certeza de que los pequeños proyectos también son rentables, hará que las futuras egresadas confíen más en sus posibilidades y sean capaces de ponerse en la piel de aquellas que les precedieron.

**Propuesta 2. Talleres específicos que trabajen las competencias necesarias para el emprendimiento.** En la actualidad, los talleres que imparten los y las técnicos de emprendimiento que forman parte de las universidades son fundamentales para el desarrollo de competencias que no se pueden trabajar de forma continuada en el aula. Las horas de clases son limitadas y la materia a impartir es extensa, así que, en ocasiones, puede suponer un reto trabajar algunas competencias en el marco de las diferentes asignaturas de la titulación. Por esta razón, crear talleres específicos sobre emprendimiento que tengan lugar en las horas destinadas a actividades complementarias, puede ser un aliciente para los alumnos. El profesorado debe animarlos a asistir, no sólo de palabra sino fomentando en el aula valores y dinámicas relacionadas con el emprendimiento que despierte en ellos la curiosidad por saber más de este tema. De esta parte activa que deben tener los docentes surge la siguiente propuesta.

**Propuesta 3. Dinámicas de trabajo en el aula que empoderen a las alumnas.** Fernández (2018) expone los factores psicológicos y culturales que están ligados a la figura de la mujer emprendedora. El estilo de las éstas es menos directo que el de los hombres y está más enfocado a la responsabilidad, tenacidad y con una mayor capacidad de gestión. Todos estos valores pueden ser fomentado por el profesorado, además de demostrar a los alumnos y alumnas que, potenciando estos valores se consigue el éxito empresarial. Esto se puede llevar a cabo de diversas formas, por una parte, valorando dichas capacidades en los procedimientos de observación del alumno y, por tanto, reflejándolo de forma explícita en la nota final de la asignatura. Otra forma de empoderar a la alumna es mediante los trabajos en grupo. Fernández (2018) pone de relieve la importancia que tiene la capacidad de trabajo en grupo en el éxito empresarial de las mujeres. Dentro del aula se podrán fomentar los trabajos en grupo nombrando a alumnas como líderes del grupo y, por tanto, las gestoras de todas las actividades que se hagan. Ellas tendrán, además, la responsabilidad de comunicar al profesor o profesora todo lo concerniente a las tareas realizadas y serán las máximas responsables de los resultados que se obtengan en conjunto. Este tipo de dinámicas animará a las estudiantes a tomar el rol de líderes y a responsabilizarse del trabajo de otros, consiguiendo que pierdan el miedo a enfrentarse a este tipo de situaciones.

Por último, pero no menos importante, sugerimos **(Propuesta 4) la creación de una unidad de acompañamiento al estudiante que decide emprender una vez finalizados sus estudios.** Esta propuesta es, sin duda, un reto que deben asumir las universidades como institución con el apoyo del profesorado. Esta unidad de acompañamiento al emprendedor estaría vigente durante, al menos cinco años, tras la finalización de los estudios de grado de cualquier alumno. Durante ese periodo de tiempo el alumno puede recurrir a esta unidad para informarse e iniciar cualquier trámite que necesite de forma gratuita. Los trámites y el asesoramiento legal y financiero que requiere iniciar un proyecto no siempre son fáciles ni accesibles, esta asistencia desde la universidad puede generar más emprendedores y, por tanto, más empleo y bienestar social, objetivos fundamentales de la institución.

Además, estas unidades deben contar con técnicos de igualdad especializados en atender a las mujeres que decidan emprender, adecuando el servicio a las demandas y necesidades de las egresadas, que son, como ya hemos visto, diferentes a las de los hombres. Este soporte avivará el deseo de las estudiantes por formar su propio negocio y tener una independencia económica evitando la angustia que puede generar encontrarse solas frente a este reto.

El emprendimiento es un valor cada vez más demandado y deseable en las sociedades del siglo XXI. El empleo por cuenta propia como salida laboral genera riqueza, bienestar y empleo y desde el ámbito universitario se debe fomentar para contribuir, como es nuestra obligación, a la sociedad. Propiciar la incorporación de la mujer al mundo de los negocios es un deber que tenemos como institución y como sociedad y, además, en el contexto actual que vive el sector turístico, es fundamental. El cambio de paradigma turístico que requiere de un sector más empático con sus clientes es necesario y, para ello, la mujer tiene unas cualidades que debemos potenciar. Pero no solo es necesario potencia sus cualidades innatas, además, hay que proporcionarles las herramientas que les permitan generar proyectos que constituyan un triunfo, tanto para ellas, como para el conjunto de la sociedad.

## 5. Conclusiones

El sector del turismo está en plena refundación tras la pandemia de la COVID-19 y la incertidumbre económica y geopolítica que se vive con la guerra en Ucrania. En este contexto tan convulso surgen, también, oportunidades que puede ser aprovechadas por los estudiantes de los grados en turismo para labrarse un futuro profesional satisfactorio.

Tal y como bien recomienda la OMT, se hace necesario que esta reconfiguración del sector se afronte implicando a profesionales altamente cualificados y con estudios especializados en el sector. Nos encontramos frente a un cambio que será trascendental no solo para el propio sector sino para la totalidad de la economía. Este reto tiene que ser abordado desde una perspectiva innovadora e igualitaria. Partiendo de la base de que el turismo es una actividad económica que cuenta con gran cantidad de profesionales con titulación universitaria y que emplean a un porcentaje de mujeres muy alto, es fácil reparar en que las graduadas van a tener un papel protagonista en esta

historia. Como trabajadoras por cuenta ajena ya tienen un rol destacado, sin embargo, como en otros sectores, el emprendimiento es una tarea pendiente de las mujeres.

En este trabajo hemos realizado un análisis DAFO que nos ha permitido detectar que el contexto en el que nos encontramos es muy adecuado para fomentar el espíritu emprendedor de las futuras graduadas. Poniendo en marcha su propio negocio pueden conseguir una mayor independencia económica, libertad y realización personal y, además, contribuir con su formación a la renovación de esta parcela fundamental de la economía mundial.

Además de la situación actual, el sector ofrece también oportunidades que son idóneas para ellas, por ejemplo, la ocasión de emprender con un proyecto pequeño de turismo rural, o turismo de cercanía que está muy demandado, tras la pandemia y que se ajusta a las características de la mujer. A pesar de la idoneidad del contexto, tanto externo como interno, la falta de confianza, la tradicional masculinización del mundo empresarial, así como la falta de recursos financieros hace que, en muchas ocasiones, ellas no contemplen esta opción como una posibilidad real. Es justo en este punto dónde las universidades pueden trabajar con las alumnas y evitar que desechen alternativas que serían interesantes tanto para ellas como para el conjunto de la sociedad.

En este trabajo proponemos diferentes ámbitos de actuación que van desde la visibilización de ejemplos femeninos de emprendedoras turísticas hasta el apoyo institucional tras la finalización de los estudios universitarios pasando por el trabajo del profesorado dentro del aula. Estas propuestas conseguirán dar confianza a las futuras egresadas y fomentar su espíritu emprendedor, fortaleciendo al sector y dándose oportunidades muy interesantes que hasta ahora parecían lejanas.

## Referencias

- Alario-Trigueros, M. E., & Morales-Prieto, 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.
- Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, No. 383, 2012, págs. 43-52.
- Anthopoulou, T. (2010). Rural women in local agrofood production: Between entrepreneurial initiatives and family strategies. A case study in Greece. *Journal of Rural studies*, 26, 394-403. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2010.03.004>
- Arteaga-Cervantes, A.L., Ojeda Hidalgo, J.F. & Álvarez Orozco, D.G. (2020). Trayectoria y estrategias de emprendimiento en mujeres. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*. 22, 22 (mar. 2020), 176-195. DOI:<https://doi.org/10.7263/adresic-022-10>.
- Ballesteros, P. T., Romero, P. A., & Serrano, L. G. (2014). Emprendimiento de la mujer en el ámbito rural: el turismo como motor de desarrollo. *Esic market*, 45(149).
- Byrne, M. (1995). Gender in tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No 2, pp. 247-266.
- Caamaño-Franco, I., Suárez, M. A., & Pérez-García, A. (2020). El turismo marítimo como opción de desarrollo local sostenible a partir del empoderamiento femenino. *Cuadernos de turismo*, (46), 459-487.
- Cánoves, G. & Villamarino, M. (2000). Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. *Revista Documents d'anàlisi geogràfica*, no 37, pp. 51-77.
- Castro, C. D., Catalán, M., & Díaz, M. (2013). Factores facilitadores y bloqueadores del emprendimiento femenino: orientar para el emprendimiento desde una perspectiva de género. *Investigación e innovación educativa*.
- De la Fuente-Cabrero, C., Segovia-Pérez, M., & Figueroa-Domecq, C. (2014). Evaluación de los efectos del apoyo institucional a la financiación del emprendimiento femenino. *ESIC Market*, 45(149), 533-552. <https://doi.org/10.7200/esicm.149.0453.3e>.
- Flores, S. S., Royo, I., Lacomba, J., Marí, E., & Benlloch, C. (2014). Mujeres inmigrantes emprendedoras en el medio rural. Factor para la sostenibilidad económica y social de las áreas rurales de la Comunidad Valenciana. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, (16), 69-109.
- Fernández, C. S. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Femeris: Revista multidisciplinar de estudios de género*, 3(2), 55-78.
- Galeana, E. & Aguilasocho, D. (2008): La función empresarial y género: turismo rural en Cataluña, en *DE Castro Silva, E.J. & Díaz de Castro, E.J. (coords.): Universidad, Sociedad y Mercados Globales*. España: Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa, pp. 652-662.
- Gutiérrez-Cruz, M., Such Devesa, M. J., & Gabaldón Quiñones, P. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica.
- Khawwaja, L. K., & Silva, J. A. (2015). Mitigating gender inequality in rural regions: the effects of tourism employment in Namibia. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 442-450.
- López-Gómez, L., García-Solanes, J., & Beyaert, A. (2022). Spatial effects and institutional quality in the demand for international tourism. An application to COVID-19 impact. *European Journal of Tourism Research*, 31, 3122. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v31i.2179>.
- Martínez-Quintana, V., & Ramón Pineda, M. Á. (2020). Emprendimiento y empleabilidad en el sector turístico en mujeres retornadas desde España y otros países a la provincia de el oro (ciudad de Machala, Ecuador).
- Morales-Hernández, A. M., Fernández-Hernández, C., & Díaz Pérez, F. M. (2016). Roles de género en turismo rural: ¿cambio o permanencia? In *XIX Congreso AECIT Tiempos de cambio en el turismo* (pp. 16-18).
- Morales-Hernández, A. M., & Fernández-Hernández, C. (2019). Acceso a la autonomía económica de las mujeres a través del turismo rural en la isla de La Palma. *Investigaciones Turísticas*, (18).
- Ortiz García, P. (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. *Revista de Comunicación, Vivat Academia*, (140).
- Pallarès-Blanch, Vera, A. & Tulla, A. (2018). Emprendimiento e innovación de las mujeres. *Cuadernos Geográficos* 57(3), 36-57.
- Pallarès-Blanch, M., Tulla, A. F., & 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.
- Pandey, N., & Ansari, M. A. (2016). Role of financial institutions in the development of women entrepreneurship. *Indian Research Journal of Extension Education*, 12(2), 279-282.
- Quevedo-Vázquez, J.O., Pinzón-Prado, L.T., Vázquez-Lafebre, L.M. & Quevedo-Barros, M.R. (2020). Impacto del COVID-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Dominio las Ciencias* 2020, 6, 1352-1367. DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1377>
- Rijkers, B., & Costa, R. (2012). Gender and rural non-farm entrepreneurship. *World development*, 40(12), 2411-2426.
- Rodríguez, M. R. (2013). «Estrategias de emprendimiento y emociones de mujeres empresarias: propuestas

innovadoras en el contexto económico andaluz». *XI Congreso Español de Sociología*.

Savall, N. V., Pizarro, J. E., & López, D. E. V. (2020). Redes de apoyo al emprendimiento femenino en territorios rurales. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 317-356.

Vargas-Sánchez, A. (2022). Innovación y Economía Circular en el Turismo. *Revista Multidisciplinar*, 4(1), 119-134.