

Gestión de las empresarias rurales del turismo

<https://doi.org/10.59307/erne2.4100>

Evelia de Jesús Izábal de la Garza
<https://orcid.org/0000-0002-0268-5555>

María Estela Torres Jaquez
<https://orcid.org/0000-0002-9018-360X>

Resumen

Ante la pobreza que caracteriza a diversas comunidades rurales, el turismo se ha convertido en una alternativa, particularmente para las mujeres. Esta investigación analiza el caso de mujeres propietarias de negocios relacionados con el turismo en dos comunidades turísticas rurales de Sinaloa: Altata, ubicada en el litoral sinaloense y Surutato, en la sierra. Es un estudio comparativo que se llevó a cabo por medio de un enfoque cualitativo, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a empresarias sinaloenses de tales comunidades, las cuales fueron identificadas mediante las técnicas de observación y bola de nieve. La principal diferencia entre los casos estudiados radica en que, aunque en ambos se presentan casos de discriminación, las empresarias de una de las comunidades no reconocen problemas por su género, incluso plantean que ser mujer es ventaja porque se consideran más trabajadoras. Se concluye que el desarrollo del turismo ha incidido positivamente en la calidad de vida de las mujeres empresarias rurales y sus familias, pero requieren mayor capacitación en gestión empresarial para impulsar sus negocios y enfrentar de mejor manera los retos de su actividad.

Palabras clave: emprendimiento, género, turismo, comunidad rural, desarrollo local

Management of rural women entrepreneurs in tourism

Abstract

Given the poverty that characterizes several rural communities, tourism has become an alternative, particularly for women. This research analyzes the case of women owners of tourism-related businesses in two rural tourist communities in Sinaloa: Altata, located on the Sinaloa coast, and Surutato, in the highlands. It is a comparative study that was carried out through a qualitative approach, semi-structured interviews were applied to Sinaloan businesswomen from these communities, who were identified through observation and snowball techniques.

The main difference between the cases studied is that, although in both cases there are cases of discrimination, the businesswomen in one of the communities do not recognize problems due to their gender; they even say that being a woman is an advantage because they consider themselves to be more hardworking. The conclusion is that tourism development has had a positive impact on the quality of life of rural women entrepreneurs and their families, but they need more training in business management to promote their businesses and better face the challenges of their activity.

Key words: entrepreneurship, gender, tourism, rural community, local development.

Gestão das mulheres empresárias rurais no sector do turismo

Resumo

Dada a pobreza que caracteriza várias comunidades rurais, o turismo tornou-se uma alternativa, particularmente para as mulheres. Esta investigação analisa o caso das mulheres proprietárias de empresas relacionadas com o turismo em duas comunidades turísticas rurais de Sinaloa: Altata, localizada na costa de Sinaloa, e Surutato, nas terras altas. Este estudo comparativo foi realizado através de uma abordagem qualitativa, com recurso a entrevistas semi-estruturadas a empresárias sinaloenses destas comunidades, identificadas através de técnicas de observação e de bola de neve. A principal diferença entre os casos estudados reside no facto de que, embora em ambos os casos existam casos de discriminação, as empresárias de uma das comunidades não reconhecem problemas devido ao seu género, chegando mesmo a afirmar que ser mulher é uma vantagem porque se consideram mais trabalhadoras. Conclui-se que o desenvolvimento do turismo tem tido um impacto positivo na qualidade de vida das mulheres empresárias rurais e das suas famílias, mas que estas necessitam de mais formação em gestão empresarial para dinamizarem os seus negócios e enfrentarem melhor os desafios da sua atividade.

Palavras-chave: empreendedorismo, género, turismo, comunidade rural, desenvolvimento local.

Introducción

El turismo y el empoderamiento femenino pueden incidir positivamente en la sociedad y en la vida de las mujeres (Ertac y Tanova, 2020), incluso, la ONU (2024) considera que el turismo puede contribuir a alcanzar el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 relativo a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Además, el turismo es considerado como un área de oportunidad para iniciativas empresariales gracias a su dinamismo y flexibilidad (Dan y Shimizu, 2022); mientras que el emprendimiento femenino es uno de los factores que inciden en el empoderamiento de las mujeres en el turismo rural (Dong y Khan, 2023), por lo que promover la capacidad empresarial femenina es un aspecto fundamental (Halim, 2020).

Los datos respecto a la participación de la mujer en el entorno empresarial son diversos, por un lado, el Banco Mundial (2023) plantea la existencia de una brecha de género amplia respecto a la propiedad de empresas formales y su dirección, sostiene que, a nivel mundial, solo un 25% de las empresas pertenece mayoritariamente a una mujer o ésta tiene una posición directiva superior; además, destaca que las empresas dirigidas por mujeres disminuye de forma pronunciada con el tamaño de la empresa.

Por su parte, Halim (2020) revela que a nivel mundial sólo una de cada tres empresas es propiedad de mujeres (34%), mientras que en el caso de América latina y el Caribe el porcentaje aumenta al 50%; sin embargo, expone que la mayor parte de las empresas de mujeres en el mundo fueron registradas recientemente.

En el caso de México, el INEGI (2024), reporta que en 2023 del total de mipymes con régimen de capital de persona física (4,221,603), el 47.3 % (1,996,818) eran propiedad de mujeres. Al respecto, la Asociación de Emprendedores de México (ASEM) (2023) en su *Radiografía del Emprendimiento en México, 2023*, revela que respecto al género de los emprendedores en el país predomina el masculino (64.6%) contra un 35.4 % de las mujeres.

Ahora bien, el turismo, comparado con otras actividades económicas, ofrece mayores oportunidades de empleo a las mujeres (54%) contra 39% del resto de la economía (16.8% menos) (OMT, 2019).

El emprendimiento y empoderamiento femenino a través del turismo rural

El turismo rural es una forma de actividad turística en la que la experiencia del visitante se relaciona con diversos productos vinculados con actividades de naturaleza, agricultura, formas de vida y la cultura rural; las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos rurales con baja densidad demográfica, paisajes y territorios ligados a la agricultura y la silvicultura, así como, estructuras sociales y formas de vida tradicionales (ONU Turismo, 2024).

Este tipo de turismo realizado en comunidades rurales ha contribuido a que algunas mujeres consigan cierta independencia económica (Scheyvens, 2000); en este contexto, ellas emprenden, principalmente, buscando mejorar su calidad de vida (Castillo et al., 2020). El emprendimiento femenino, la educación, el capital humano y el capital social son factores que influyen en el empoderamiento de las mujeres y contribuyen al desarrollo sostenible en el turismo rural (Dong y Khan, 2023),

La flexibilidad del turismo permite a las mujeres conciliar el trabajo y la gestión del hogar (Dan y Shimizu, 2022), los roles de madres y esposas de las mujeres empresarias son muy importantes por lo que integran a sus empresas a familiares como socios o empleados de confianza, buscando proteger a toda la familia (Fernández y Martínez, 2010).

Por otra parte, Cruz, Marín y Velázquez (2023) afirman que pese a la importancia económica del turismo rural, en particular, por las oportunidades de empleo para las mujeres, el trabajo de las mujeres en el turismo en el ámbito rural constituye una forma de dominación por la extensión de las actividades domésticas y su contribución a la acumulación de capital; el sector turístico ofrece a las mujeres trabajos informales, mal remunerados, feminizados y netamente operativos; además, las autoras refieren la necesidad de que las mujeres trabajadoras en este tipo de turismo tomen conciencia de la opresión y subordinación de que son objeto para que inicie una transformación que derive en procesos de emancipación.

Al respecto, Kitole (2024) destaca la contribución del emprendimiento de las mujeres rurales a la erradicación de la pobreza, sin embargo, señala que muchas mujeres enfrentan desafíos que inciden negativamente en su desempeño empresarial, entre los que se encuentran: poder diversificar los flujos de ingresos, acceder al crédito, tener capacitación para el desarrollo de habilidades, entre otros.

Por tratarse de turismo rural, en general, se está hablando de comunidades pequeñas por lo que las investigaciones respecto a este tipo de turismo y, en particular, su relación con el emprendimiento y empoderamiento femenino son, en su mayoría, estudios de caso que exponen los retos enfrentados por las mujeres empresarias rurales en turismo, así como los factores que contribuyen a su éxito empresarial.

Al respecto, Gutiérrez, Such y Gabaldón (2021), a partir de una investigación en Costa Rica, encontraron que el apoyo familiar y la afiliación a redes son factores torales para el desarrollo de emprendimientos turísticos exitosos en medios rurales.

En tanto que Dan y Shimizu (2022), en su investigación en una comunidad de Malasia encontraron que la mujer que cuenta con características organizativas amigables tales como seguridad laboral, flexibilidad, estilo de vida equilibrado, entorno accesible para entablar relaciones personales y comerciales, entre otras, puede integrar efectivamente la familia y el negocio turístico por medio de la familiaridad, es decir, gracias a aspectos tales como la confianza y apoyo, así como la posible herencia por transición familiar.

Por su parte, Dong y Khan (2023), analizaron el caso de una comunidad de China, sus hallazgos muestran que el impulso del empoderamiento femenino es esencial para incidir en el desarrollo comunitario a través del turismo rural, para ello, es necesario promover activamente el emprendimiento femenino, aumentar el acceso de las mujeres a la educación y mejorar su capital humano y social.

Estas investigaciones destacan aspectos trascendentes relacionados con el desempeño de las mujeres en el turismo rural tales como: la familia, un entorno accesible y equilibrado, así como contar con educación, capital humano y social y, por supuesto, su participación como emprendedoras.

Por su parte, Kitole (2024) plantea la necesidad de políticas específicas que fomenten la educación, la inclusión financiera y el apoyo sectorial para empoderar y mejorar la resiliencia de las mujeres empresarias y, con ello, abonar a un desarrollo socioeconómico más amplio.

Esta investigación busca aportar en el conocimiento del fenómeno al analizar la gestión de las mujeres empresarias en el turismo rural. Para ello, se hizo un estudio comparativo de dos comunidades rurales del estado de Sinaloa, que adoptaron al turismo como una segunda actividad económica, una de ellas ubicada en la zona serrana y la otra en el litoral.

Metodología

Se analiza el caso de mujeres propietarias de microempresas en dos comunidades turísticas rurales del estado de Sinaloa, en México: Altata, ubicada en el litoral sinaloense y Surutato, en la zona serrana.

Altata, se localiza al noroeste de la República Mexicana, en el municipio de Navolato, en el estado de Sinaloa, se ubica a 62 kilómetros de Culiacán, capital del estado, desde donde se llega en aproximadamente 40 minutos (DIGAOHM SEMAR, s.f.), de acuerdo con el Ayuntamiento de Navolato (2019) es un puerto de cabotaje y además es un centro recreativo; cuenta con una población de 2001 habitantes, el 51% hombres y el 49% mujeres (Secretaría de Desarrollo Social, 2019). Recibe visitantes principalmente en fines de semana, para disfrutar de sus playas y atractivos turísticos, aprovechando su cercanía con Culiacán.

Por su parte, Surutato se ubica al noreste de Sinaloa, tiene una población de 1,064 habitantes, 51.5 % de ellos son hombres, en tanto que 48.5 % mujeres (INEGI, 2021). Surutato está enclavado en la sierra del estado, a 1,468 metros sobre el nivel del mar (INEGI, 2012), su diversidad de áreas naturales, su relieve, clima templado con una media anual de 24.5 °C (INAFED, 2019) y biodiversidad forman paisajes con montañas y cuerpos de agua que constituyen su principal atractivo turístico, a lo que se suman la inversión realizada en infraestructura carretera para facilitar el acceso a turistas a una región que durante mucho tiempo permaneció aislada, así como la construcción de cabañas y amenidades para turistas.

Es un estudio comparativo de estos dos casos de contextos tan diferentes en los que sus mujeres vieron en el turismo rural una oportunidad para emprender, se realizó por medio de un enfoque cualitativo, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a empresarias sinaloenses de tales comunidades cuya actividad se relaciona con el turismo, las cuales fueron identificadas mediante las técnicas de observación y bola de nieve.

Para realizar las entrevistas semiestructuradas se construyó un instrumento basado en los siguientes temas: sus inicios como empresarias, apoyo público recibido, la gestión empresarial, la familia en la empresa y los retos enfrentados por ser mujeres.

Se realizaron 14 entrevistas, nueve en Altata (64.35) y cinco en Surutato (35.7%); la edad de la mayoría de las entrevistadas fluctúa entre los 40 y 49 años (58.3%); principalmente casadas (61.5%); el 44.4% tiene entre uno y nueve años de ser propietaria; la mayoría de los establecimientos son restaurantes (69.2%); respecto al número de empleados, un 42.9% tenía entre uno y tres establecimientos, mientras que otro 42.9%, tenía de cuatro a seis (ver Tabla 1).

Tabla 1. Características generales de las entrevistadas y sus empresas

Característica	Descripción	%
Ubicación	Altata	64.3
	Surutato	35.7
Edad de la propietaria	30 a 39	8.3
	40 a 49	58.3
	50 a 59	25.0
	Más de 60	8.3
Estado civil	Casada	61.5
	Soltera	23.1
	Viuda	15.4
Tiempo de ser propietaria	Menos de un año	22.2
	De 1 a 9 años	44.4
	De 10 a 19 años	22.2
	Más de 20 años	11.1
Tipo de empresa	Restaurantes	69.2
	Venta de snacks, envasados de frutas, galletas y pan	30.8
Número empleados	De 1 a 3	42.9
	De 4 a 6	42.9
	De 7 a 9	7.1
	10 o más	7.1

Fuente: elaboración propia.

Resultados

En este apartado se presentan los hallazgos de la investigación organizados en cinco secciones, al interior de las mismas se exponen los resultados de cada una de las localidades en estudio, primero de las empresarias de Altata, posteriormente de las de Surutato, al final se hacen apreciaciones conjuntas.

Emprendimientos turísticos rurales liderados por mujeres

La información proporcionada por las empresarias de Altata revela diversos motivos que las condujeron a emprender o ser propietarias de sus negocios, entre ellas destaca que fue debido a la influencia de sus padres o parientes cercanos de quienes aprendieron o fueron apoyadas; otros motivos manifestados fue la necesidad económica y deseos de superación; en el caso de Surutato, las empresarias manifiestan, principalmente, que fue para aprovechar la oportunidad que se estaba generando por el desarrollo del turismo en la región y por la necesidad de generar ingresos (ver Tabla 2).

Tabla 2. Expresiones de las empresarias respecto al motivo para empezar sus emprendimientos

Localidad	Expresión textual
Altata	Más que nada por el deseo de superación, de salir adelante. El lugar era de un compadre mío, eran unos palitos a la orilla de la playa [...] yo quería un negocio para mí, un día me dijeron “venden el de tu compadre Pancho” [...] así llegué a este local hace como 17 años. Tuve necesidad de trabajar [...] empecé vendiendo primero elotes, y de ahí, pues, empecé a cambiarle, le empecé a meter, era un puestecito muy pequeño, muy chico, de un metro a lo mejor. Empecé sola con mis niñas, ahorita, pues, ellas ya están grandes, son las que me ayudan también en el negocio, son mamás solteras. Porque mis padres tenían sus negocios, sus restaurantes, nosotros estábamos chiquitos con ellos por trabajando allí, ahí nos criamos [...] ya de doce, trece años puse mi puesto enfrente del restaurante de mi mamá, después ya puse mi negocio yo, me ayudó a mi mamá. Mi negocio nace porque vengo de una familia que todos, mis tíos, mis abuelos, mi papá, tienen negocio, entonces yo empecé ayudando a mi mamá y a mi papá en el negocio. Mi abuelita pagaba en el ayuntamiento lo que era el piso para el negocio, pero ella a veces se ponía y a veces no, yo iba cuando ella no, así fui creado derecho, mucha gente quería tener un pedazo aquí en el muelle, pero no todos tuvieron la oportunidad de tenerlo, yo tuve suerte. Mis padres iniciaron el negocio con cinco mesas, ahora tienen 20, ha crecido, ahora yo me encargo del negocio porque mis padres son mayores.
Surutato	Mi hermano me puso este restaurante para aprovechar la oportunidad del turismo, como hay mucha gente, más los fines de semana. Yo lo hice por la necesidad de trabajar, la necesidad de salir adelante. Para calar la oportunidad del turismo y generar ingresos a la familia, porque mucha gente viene y no hay donde comer, no hay muchos lugares de comida corrida, solo hay que los pollos, los tacos. La economía y fue una oportunidad por el turismo, me prestaron para poner el negocio y lo pude ir pagando.

Fuente: elaboración propia.

Lo reportado por las empresarias de ambas comunidades coincide en la necesidad y en la oportunidad generada por el turismo como motivos para emprender, la principal diferencia es el antecedente empresarial familiar de las mujeres de Altata.

Apoyo recibido para emprender y desarrollar los negocios liderados por mujeres

En general, las empresarias manifestaron dos tipos de apoyo público recibido para sus negocios: económico y capacitación. Respecto al apoyo económico recibido para emprender y desarrollar sus negocios se encontró que las empresarias de Altata han recibido apoyo gubernamental, una de ellas expresó: “Por estos lados sí han apoyado”, el apoyo económico recibido fue para la compra de mobiliario y equipo, también reportan haber recibido préstamos, sólo una de las entrevistadas manifestó no haber tenido apoyo alguno. Respecto a Surutato, las entrevistadas expresan sólo haber tenido apoyo moral y económico de la familia para su negocio.

En cuanto a capacitación, las empresarias de ambas entidades refieren haber recibido cursos de organismos gubernamentales como la Secretaría de Administración Tributaria (SAT) y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), ninguna plantea que los cursos sean impulsados desde la propia empresa, aunque aclaran que a nuevos integrantes les explican la forma de realizar sus funciones.

Los tipos de cursos que manifiestan haber recibido difieren un poco de acuerdo a la comunidad (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Cursos de capacitación otorgados a las empresas por parte de organismos públicos

Comunidad	Tipo de curso
Altata	Manejo higiénico de productos. Atención al cliente. Primeros auxilios. Uso de extintores.
Surutato	Atención al turista. Servicio al cliente.

Fuente: elaboración propia.

Los datos de la tabla revelan que las empresarias de Altata han recibido capacitación en más rubros en comparación con las de Surutato, que se han enfocado temas relacionados con la atención a clientes.

La gestión de la empresa rural turística liderada por mujeres

Respecto a la gestión empresarial se les cuestionó sobre aspectos relacionados con la dirección y toma de decisiones, planeación, objetivos empresariales y administración de personal.

Se encontraron muchas semejanzas entre los casos estudiados. La mayoría de las entrevistadas refieren ser ellas quienes toman las decisiones en la empresa, sin embargo, tres de las entrevistadas dijeron que se toman de forma conjunta con familiares. Refieren como objetivo principal el ofrecer buen servicio, es decir, su prioridad es la atención al cliente, destaca que ninguna mencionó objetivos o metas empresariales, sólo están preocupadas por mantenerse en el mercado y consideran que su enfoque en el cliente les permite eso.

En general, la planeación la realizan de forma empírica, solo planean las compras de materias primas en función de la cantidad de turistas esperada; en torno a si llevan a cabo un programa de trabajo una de las entrevistadas expresó: “no es así de que tú digas necesario”; respecto al presupuesto, dijeron que toman decisiones de compras de acuerdo a la venta esperada, no llevan un presupuesto como tal, incluso una de ellas mencionó: “las cuentas las llevo en mi cabecita”. Las expresiones anteriores revelan debilidades en torno a la gestión empresarial y la necesidad de capacitación en ese rubro que les permita ir más allá de un manejo intuitivo de sus empresas.

La familia en la empresa

En las empresas propiedad de mujeres en estudio, la mayoría de los empleados son parte de la familia, en las de Altata el 56.6% de los empleados son familiares, mientras que en Surutato casi todos (83.3%) son integrantes de la familia.

Las entrevistadas establecen una relación directa entre sus empresas y la familia, la mayoría considera al negocio como el sostén de la familia, por lo que hacen a sus integrantes partícipes de la misma, sin embargo, el que la mayoría de los empleados sean familiares deriva en que las empresarias sean muy flexibles con ellos, una de las entrevistadas comenta: “ya saben cada quien lo que va a hacer”.

Respecto a la combinación de roles de empresarias y madres de familia, mencionan que, sí pueden hacerlo, una de ellas expresó: “yo los involucro, ya vienen, comemos y todo, el negocio es parte de la familia”; además, refieren que sus empresas les ayudan a mejorar el nivel de vida familiar, así como, en algunos casos, tener recursos para mandar a sus hijos a estudiar fuera de la comunidad.

Sin embargo, también expresaron diversas problemáticas enfrentadas por ser empresarias y madres, “uno piensa que al tener un negocio va a dejar de trabajar, va a trabajar menos que cuando trabajaba para otras personas”, refirió una de las entrevistadas, otra manifestó lo dicho por uno de sus hijos: “mi mamá me da todo, pero me falta ella”.

La mujer empresaria rural: desafíos y autopercepción

Existen diferencias respecto a la percepción de las empresarias de ambas comunidades respecto a los desafíos que enfrentan en su rol como propietarias y líderes de sus negocios. En primer lugar, las empresarias de Altata mencionan que la mayoría de los restaurantes en la comunidad son liderados por mujeres, sin embargo, revelan sufrir discriminación y menos oportunidades que los hombres y la persistencia de una cultura machista, como ejemplo una de las entrevistadas menciona que, en reuniones, demeritan su participación con expresiones como la siguiente: “tú que vas a saber”, otra de ellas expresó: “todavía existe esa partecita de que a no a todo mundo le gusta que una mujer lidere”. Además, también plantean limitaciones autoimpuestas: “nosotras mismas nos ponemos limitantes”.

En el caso de Surutato, las empresarias reconocen problemas, pero consideran que no por el hecho de ser mujer, al contrario, el ser mujer lo ven como ventaja porque se perciben como trabajadoras y “luchonas”.

Pese a lo anterior, su participación en reuniones de toma de decisiones en torno a su actividad turística es prácticamente nula, los consejos comunitarios son liderados sólo por hombres, género que siempre ha sido mayoría y en donde ellas no tienen voz ni voto, pero no se dan cuenta que sufren discriminación.

Solo aprecian problemas por dificultades por la combinación de roles empresariales y familiares, así como retos por la temporada baja de turismo, algunas de ellas tienen un trabajo adicional para compensar las mermas de esas temporadas.

En contraparte, en ambas comunidades se sienten orgullosas y empoderadas por tener su empresa, expresiones como las siguientes lo constatan: “me siento muy a gusto, orgullosa, conozco y me conoce mucha gente por mi negocio, soy respetada”; “yo empecé desde cero, dormir en unas banquetas, de hambre y ahora”, “me siento una persona estable por los ingresos que recibo”, por mencionar algunas.

Conclusiones

Los hallazgos revelan que la necesidad fue uno de los principales incentivos para que mujeres de comunidades rurales se convirtieran en empresarias al encontrar en el turismo el espacio para lograrlo cuando sus comunidades empezaron incursionar en el turismo encontraron un área de oportunidad para poner su negocio y de mejorar sus condiciones de vida (Castillo et al. 2020, Dan y Shimizu, 2022).

La gestión empresarial tiende a ser más empírica, no cumplen con un proceso administrativo integral, son reactivas a las situaciones eventuales y las temporadas de turismo; aunque sus empresas han contribuido a la mejora en sus condiciones de vida e instituciones gubernamentales les han otorgado capacitaciones en algunos rubros, enfrentan al menos uno de los aspectos identificados por Kitole (2024) respecto a mejorar el desarrollo de sus habilidades mediante capacitaciones, para ello, se percibe la necesidad de que ellas tengan mayor iniciativa para buscar mejorar en aspectos torales de la gestión empresarial. De otro modo, las posibilidades de crecimiento de sus empresas disminuyen, de hecho, la mayoría son microempresas.

El hecho de que todas las empresas son familiares, es decir, diversos miembros de su familia trabajan en la misma, debido, principalmente, a que las empresarias buscan tener personas en quienes puedan confiar y no tanto por un perfil idóneo para el puesto, deriva en un exceso de flexibilidad que puede incidir negativamente en la organización y perspectivas futuras.

Los retos que enfrentan difieren, en el caso de las empresarias de Altata plantean que han sufrido discriminación tanto de hombres, como limitaciones autoimpuestas; las empresarias de Surutato, no perciben la discriminación de que son objeto al limitar participación en la toma de decisiones de su sector, no reconocen problemas por su género, incluso plantean que ser mujer es ventaja porque se consideran más trabajadoras y perseverantes, ante esto, se hace necesario lo dicho por Marín y Velázquez (2023) respecto a la necesidad de toma de conciencia de la opresión de que son objeto y se inicien procesos de emancipación, sobre todo si se considera que se dedican a actividades feminizadas (restaurantes y venta de bocadillos).

Pese a lo anterior, el ser empresarias ha impulsado su autoestima, valoran el esfuerzo realizado y el poder ayudar al sustento familiar, se perciben orgullosas, empoderadas y dignas de respeto.

Se concluye que el desarrollo del turismo ha incidido positivamente en la calidad de vida de las mujeres empresarias rurales, sus familias y por tanto, ha incidido en el desarrollo local. Sin embargo, requieren mayor capacitación en gestión empresarial para impulsar sus negocios y enfrentar los retos de su actividad. Se perciben avances, pero aún falta equiparar la realidad de las mujeres a las condiciones de su contraparte masculina.

Bibliografía

- Asociación de Emprendedores de México (ASEM). (2023). *Radiografía del Emprendimiento en México, 2023. Informe de resultados*. CDMX: ASEM https://bit.ly/REM2023_Informe.
- Ayuntamiento de Navolato (2019). Altata. Recuperado de <https://www.navolato.gob.mx/index.php/navolato/las-sindicaturas/altata>
- Banco Mundial. (2023). *Estrategia de Género del Banco Mundial para 2024-2030: Acelerar la Igualdad de Género para Lograr un Futuro Sostenible, Resiliente e Inclusivo: Borrador para Consultas sobre la Estrategia de Género*. Washington, D.C.: World Bank Group <http://documents.worldbank.org/curated/en/099637409012322849/IDUoec6ac3a60ea-16048c208ef00ae0eaf66384e>.
- Castillo, A., Ordoñez, D., Erazo, L., & Cabrera, J. (2020). Emprendimiento Rural, una Aproximación desde el Empoderamiento Femenino. *Revista Empresarial*, 38-51.
- Cruz Coria, E., Marín Marín, A. I., & Velázquez Castro, J. A. (2023). La subordinación de las mujeres en el turismo rural: una revisión de estudios de caso. *Asparkia* 42, 289-309 <https://doi.org/10.6035/asparkia.6588>.
- Dan, N., & Shimizu, T. (2022). Effective Resources to Mobilize Women Entrepreneurship: A Success Case Study of Family Tourism Businesses in Tioman Island, Malaysia. *Sustainability*, 1-14 <https://doi.org/10.3390/su14159133>.
- DIGAOHM SEMAR. (s.f.). ALTATA SINALOA. <https://digaohm.semar.gob.mx/cuestionarios/cnarioAltata.pdf>: Dirección General Adjunta de Oceanografía, Hidrografía y Meteorología. Secretaría de Marina.
- Dong, H., & Khan, M. (2023). Exploring the Role of Female Empowerment in Sustainable Rural Tourism Development: an Exploratory Sequential Mixed-Method Study. *International Journal of Professional Business Review*, 1-28 <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1651>.
- Ertac, M., & Tanova, C. (2020). Flourishing Women through Sustainable Tourism Entrepreneurship. *Sustainability*, 1-17.
- Fernández, M., & Martínez, L. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México ¿Hacia un cambio de rol de género? *Cuadernos de Turismo*, 129-151.
- Gutiérrez Cruz, M., Such Devesa, M., & Gabaldón Quiñones, P. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Revista Investigaciones Turísticas*, no 22, 148-175 <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.7>.
- Halim, D. (5 de marzo de 2020). *Banco mundial blogs*. Obtenido de ¿Se necesitan estadísticas sobre las mujeres emprendedoras!: <https://blogs.worldbank.org/es/openda-ta/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>
- INAFED. (2019). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de Sinaloa*. Obtenido de Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de Sinaloa.: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM25sinaloa/municipios/25003a.html>
- INEGI. (2012). *Síntesis estadística municipal Badiraguato, Sinaloa, 2012*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/sintesis_municipales_estadisticas/2012/sin/C25003.xls: El Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2021). *Panorama sociodemográfico de Sinaloa Censo de Población y Vivienda 2020*. Ciudad de México https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197988.pdf: INEGI.

- INEGI. (2024). *Estadísticas a propósito del día de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes)*. CDMX https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/EAP_MIPYMES24.pdf: INEGI.
- Kitole, F. (2024). Empowering her drive: Unveiling the resilience and triumphs of women entrepreneurs in rural landscapes. *Women s Studies International Forum* 104(4), <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2024.102912>.
- OMT. (2019). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Segunda edición*. Madrid: OMT.
- ONU. (20 de julio de 2024). *ONU Turismo*. Obtenido de El empoderamiento de las mujeres y el turismo: <https://www.unwto.org/es/el-empoderamiento-de-las-mujeres-y-el-turismo>
- ONU Turismo. (13 de julio de 2024). Obtenido de Turismo rural: <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Scheyvens, R. (2000). Promoting Women's Empowerment Through Involvement in Ecotourism: Experiences from the Third World. *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM*, 232-249.
- Secretaría de Desarrollo Social (2019). Catálogo de localidades. <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=250180006>