




ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Factores que influyen en el desarrollo de Emprendimientos de mujeres en la zona rural vinculados con el ecoturismo en México

Factors influencing the development of women's entrepreneurship in rural areas linked to ecotourism in México

Angélica Montaña-Armendáriz ¹ | Gilberto
Martínez-Sidón ¹ | Juan Pérez-Concha ¹

¹Departamento de Economía Universidad ,
Autónoma de Baja California Sur. La Paz, Baja
California Sur, México

Correspondencia

Angélica Montaña-Armendáriz, Departamento
de Economía, Universidad Autónoma de Baja
California Sur, La Paz, Baja California Sur, México.
Email: amontano@uabcs.mx

Fecha de recepción

Enero 2024

Fecha de aceptación

Junio 2024

RESUMEN

Este estudio analiza los factores que inciden en el desarrollo de emprendimientos de las mujeres en un territorio rural. La importancia del análisis, radica en que en el territorio sujeto de estudio se localizan dos áreas naturales protegidas, en las que predominan actividades económicas relacionadas con el ecoturismo, destacándose la participación de microempresarios de mujeres. La metodología aplicada fue de tipo correlacional- cuantitativa y transversal, con la finalidad de analizar la dependencia e impacto probabilístico de las variables en estudio, mediante el modelo probabilidad tipo logit. Los constructos: nivel educativo, género y percepción de igualdad para emprender, resultaron estadísticamente significativos. Para las variables asociadas al turismo, no se obtuvo evidencia estadística para afirmar que la actividad turística influye en el emprendimiento de las mujeres en la zona en estudio. En general, es evidente la percepción de que el ecoturismo propicia un impacto positivo para la población. Como parte de una política pública, se debe considerar que el impulso al emprendimiento económico para mujeres de zonas rurales tiene un impacto significativo en la economía y el desarrollo social de México.

Palabras clave: Ecoturismo; Emprendimientos femeninos; Zonas rurales.

Códigos JEL: L26. Q26. Q56

ABSTRACT

This case study analyzes the factors that affect in the development of women from rural areas' entrepreneurship. The importance of this analysis lies in the fact that in the territory subjected to the study, two natural protected areas are located; in which economic activities related to ecotourism prevail, highlighting women's microenterprises participation. The methodology applied was of correlational-quantitative and transversal, with the goal of analyzing the dependence and probabilistic impact on the study's variables, through the probability model type logit. The constructs: education level, gender and equality perception to venture, turned out to be statistically significant. For the variables associated to tourism, there was no statistical evidence to assert that touristic activity influences on the ventures of women in the studied area. In general, it is evident the perception that the ecotourism encourages a positive impact to the population. As part of a public policy, it should be considered that promoting economic entrepreneurship for women in rural areas has a significant impact on Mexico's economy and social development.

Keywords: Ecotourism; Women's entrepreneurship; Rural areas.

JEL codes: L26. Q26. Q56

1 | INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo se ha distinguido como una actividad económica que propicia el desarrollo de iniciativas empresariales (Bakas, 2017; Rinaldi y Salerno, 2020), debido básicamente al predominio de pequeñas empresas y barreras de entrada relativamente bajas (McCall y Mearns, 2021; Paz y Espinoza, 2019; Wei, Sarker, Żukiewicz-Sobczak, Roy, Alam, Rabbany y Aziz, 2021). A su vez, estos factores contribuyen a que el turismo represente un potencial para el desarrollo de emprendimientos económicos de mujeres, situación que también se hace extensiva para mujeres de zonas rurales (De Oliveira, De Souza, Scherer y Spindler, 2014; Esquivel, 2021; Rodríguez y Acebedo, 2015); de esta manera, "El turismo tiene el potencial de ser un vehículo para el empoderamiento de las mujeres en las regiones en desarrollo" (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas [OMT], 2021, p. 20).

En comparación con otros sectores económicos, la industria del turismo (en particular el turismo comunitario y el ecoturismo, ofrecen oportunidades para que las mujeres se conviertan en participantes activas del tejido empresarial a nivel local. El Informe global sobre las mujeres en el turismo de la OMT (2021), refiere que esta actividad puede desempeñar un papel trascendente en el cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ONU, 2015), particularmente en el objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 5, el cual se relaciona con la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer.

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2021), afirma que el turismo favorece el empoderamiento y la generación de ingresos para las mujeres, mediante micro y pequeños emprendimientos turísticos. En diversos casos, se ha demostrado (Mandakovic, Romani, Santander, Serrey y Soría, 2017; McCall y Mearns, 2021; Moriche, 2022; Wei et al., 2021; Zhang y Zhang, 2020) que esta actividad propicia la independencia económica y social de la mujer rural, a la vez que favorece un mayor control de sus decisiones y se contribuye a la generación de ingresos locales, lo cual impacta -directamente- en el desarrollo de su comunidad. Sin embargo, se registra una corriente de autores que cuestionan los beneficios directos del turismo en el empoderamiento económico de la mujer (Cruz, Devesa y Quiñones, 2020; Figueroa, De Jong y Williams, 2020; Filimonau, Matyakubov, Matniyozov, Shaken y Mika, 2024; IMCO, 2021; Martínez, 2020; Pécot, et al., 2024); al respecto señalan que, si bien el turismo a menudo se describe como un sector económico que tiene potencial para empoderar a las mujeres debido a su naturaleza diversa, dinámica y flexible, también se considera una actividad con un alto contenido de género que refuerza las actuaciones tradicionales de género. Dos aspectos se destacan en los estudios del ecoturismo; por un lado, la participación de las mujeres en el turismo y, por otro, el aprovechamiento o puesta en valor de recursos naturales. Estos dos enfoques han enriquecido el análisis de esta actividad, puesto que se agregan nuevas líneas de investigación y con ello se amplía la visión acerca de hacia dónde va el turismo en México. En la presente investigación, se abordan estos dos enfoques con el propósito de explorar y analizar las interrelaciones que guarda la actividad económica turística en el medio rural en torno al género y la biodiversidad.

Con base en las ideas expuestas, el objetivo que persigue esta investigación es: Analizar los factores que inciden en la decisión de las mujeres para emprender un negocio, en una región o territorio rural, donde predomina la actividad ecoturística. El ámbito de esta investigación, gira en torno a tres constructos: mujeres en zonas rurales, ecoturismo y emprendimientos económicos.

En este contexto, se formulan dos preguntas de investigación ¿El ecoturismo como actividad económica, representa una alternati-

va para el empoderamiento de la mujer en el medio rural?, y ¿Cuáles son los principales elementos que la mujer rural perciben como limitantes a sus emprendimientos?

Para responder a estas interrogantes, se aplicó una metodología de tipo correlacional-cuantitativa y transversal, con la finalidad de analizar la dependencia e impacto probabilístico de las variables en estudio; la información se obtuvo mediante la aplicación de 42 cuestionarios en la zona de estudio.

Investigaciones recientes en torno a esta temática, revelan diversas dificultades; por ejemplo, en ocasiones el emprendimiento turístico genera menos beneficios para las mujeres que para los hombres; o bien enfrentan obstáculos, como un limitado acceso a garantías y financiamiento crediticio o a mercados más abiertos para iniciar o impulsar negocios turísticos en zonas rurales, situación que se ha comprobado mediante estudios empíricos con mujeres que desarrollan emprendimientos (Mejía y Vargas, 2018; Montaño, et al., 2018; Saiz, 2018).

Los emprendimientos femeninos, en el contexto del desarrollo turístico sustentable, contribuyen a la igualdad de género y al empoderamiento de la mujer. Sin embargo, estos beneficios no son automáticos; requieren intervenciones a nivel público por medio de políticas públicas, programas de capacitación, asesoría y financiamiento, que propicien la creación de entornos favorables al empoderamiento económico de las mujeres, en este caso a través del turismo (Díaz-Carrión, 2013; Gutiérrez, 2020; IMCO, 2021; Mora, et al., 2018).

Cabe mencionar que en este artículo se resalta la condición actual de la mujer rural en el turismo ligado a la naturaleza y la biodiversidad, con base en un estudio de caso en el destino turístico de Los Cabos, específicamente en la región denominada "Cuenca de Santiago"; se parte de la premisa que mediante la promoción e impulso de emprendimientos para mujeres en zonas rurales, se favorece un incremento de su capacidad de generación de ingresos, aumenta su autoestima y crece su poder de negociación dentro de la familia.

2 | ANÁLISIS CONTEXTUAL

2.1 | Ubicación geográfica de la cuenca de Santiago

La extensión territorial del municipio de Los Cabos es de 3,451.51 km², lo que representa el 4.7% de la superficie de Baja California Sur. La subregión norte de Los Cabos, se conforma de poblados rurales y comunidades ejidales los que, dadas sus características territoriales y diversidad de recursos naturales (fauna marina y terrestre, litorales, paisajes, escurrimientos de agua, áreas naturales protegidas, parques marinos, entre otros) es posible reconocer un potencial para el desarrollo de actividades económicas entorno al turismo de naturaleza, como un objetivo tendiente a detonar el desarrollo económico de esta subregión. La región en estudio corresponde a la "Cuenca de Santiago", entendida como una unidad con biodiversidad homogénea, en la que se reconoce que la actividad turística -presente y potencial- está ligada a los recursos naturales existentes; en la actualidad, su aprovechamiento es incipiente, lo que implica niveles básicos de operación y comercialización, una oferta limitada, poco estructurada y con escaso valor agregado, tanto para el turista como para beneficio de los actuales oferentes; a lo anterior se debe agregar una escasa o limitada regulación y control en materia ambiental (Montaño, et al., 2022).



Figura 1. Localización geográfica de Baja California Sur y Municipio de Los Cabos.

El territorio de la cuenca de Santiago comprende las delegaciones municipales de Miraflores, Santiago y La Ribera (ver figura 2). Como referencia geográfica, el trópico de Cáncer cruza por la mitad de la cuenca de Santiago. En esta región (tal como sucede a lo largo del territorio de B.C.S.) el agua es un recurso escaso, por tanto, representa un factor que limita el desarrollo de cualquier actividad relacionada con el turismo; sin embargo, donde hay disponibilidad de agua -por si sola- constituye un atractivo natural con potencial turístico.

Con base en información de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2023), se calcularon las estadísticas referen-

tes al emprendimiento en las comunidades rurales, por hombres y mujeres, a nivel nacional en general y en específico para Baja California Sur, esto con la finalidad de identificar las características de los emprendimientos de las mujeres en la zona rural, lo cual constituye el objeto de estudio de esta investigación.

Cabe señalar que, de acuerdo con Soloaga, Plassot y Reyes (2021), en México se considera que una población es rural cuando registra menos de 2,500 habitantes; de acuerdo al censo de población de 2020, la población rural representaba el 20 % del total de habitantes en el país.

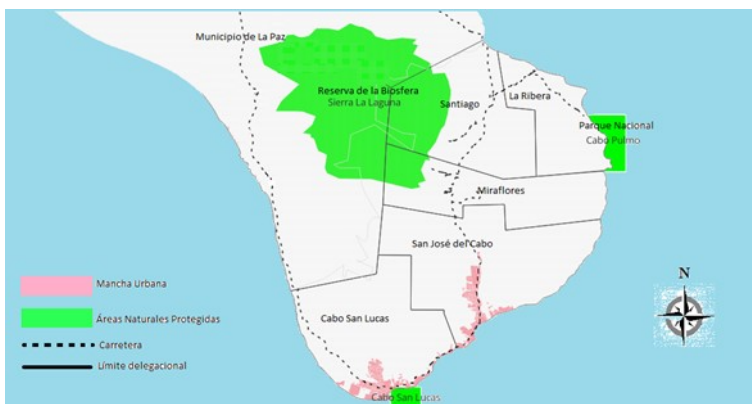
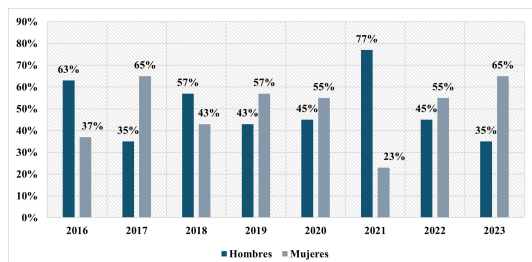


Figura 2. Localización de las delegaciones de Miraflores, Santiago y La Ribera.

Al analizar la estructura porcentual de los emprendimientos en comunidades rurales a nivel nacional por género, en el periodo 2016-2023, se observa que para 2016 el 29 % de los emprendimientos en comunidades rurales eran dirigidos por mujeres y el 71 % restante por hombres; sin embargo, en 2023, los emprendimientos dirigidos por mujeres se incrementaron en 3 %.

Este mismo análisis permite conocer la estructura de los emprendimientos rurales en Baja California Sur (BCS). A diferencia del país, en BCS la proporción de emprendimientos de mujeres en comunidades rurales muestra notorios altibajos, debido a diversas variables exógenas (en particular en 2021 por la Pandemia COVID-19) que afectaron los emprendimientos (por ejemplo, entre 2020 y 2021 disminuyeron de un 25 a 19 %). Sin embargo, en el periodo observado, se incrementa el porcentaje de emprendimientos en comunidades rurales liderados por mujeres en BCS, mismo que aumentó del 20 % del total en 2016, al 37 % en 2023, al mismo tiempo disminuye la participación masculina en los emprendimientos rurales (INEGI, 2023).

Respecto de los emprendimientos por sector en BCS, la mujer rural solo contribuye con el 5.1 % (en promedio) de los negocios del sector primario en el periodo 2016-2023; en el mismo lapso, esta participación se incrementa al 29.7 % (en promedio) para el sector secundario. Las estadísticas muestran que las mujeres registran un mayor posicionamiento en emprendimientos vinculados con actividades del sector terciario de la economía (65.2 % en el referido periodo), destacando aquellos que -de forma directa o indirecta- se relacionan con comercio, turismo (hospedaje en pequeña escala) y gastronomía. A partir de 2021, se observa un rendimiento cruzado, es decir un aumento sostenido en el porcentaje de emprendimientos en comunidades rurales en el sector terciario encabezado por mujeres, y una disminución continua de los hombres en la misma variable, situación que tiende a demostrar el ascenso de la participación de la mujer rural en actividades económicas en los últimos años.



Gráfica 1. Porcentaje de emprendimientos en comunidades rurales, por hombres y mujeres en Baja California Sur de acuerdo a la informalidad. (2016:t1-2023:t1)

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, INEGI, varios años.

Una característica de los emprendimientos de la mujer rural en BCS, es que la mayoría se manejan u operan en la economía informal; la gráfica 1, muestra el porcentaje de los emprendimientos rurales (por género) de acuerdo a su constitución legal, destacándose que en 2023 el 65 % de los negocios de mujeres son informales, lo cual representa una notoria desventaja para cualquier emprendedora. Tres razones podrían explicar esta situación: el costo de los trámites para la constitución y registro de las empresas; la prevalencia de la cultura del no pago de impuestos y la falta de capacitación en temas de finanzas, contabilidad y desarrollo de negocios.

En general, la constitución legal, así como el registro fiscal de la empresa, son temas que generan temor entre las emprendedoras, sobre todo porque exige recursos económicos y tiempo, además del desconocimiento de lo que implican estos trámites. También es frecuente que la mujer rural, se vea enfrentada a trámites de financiamiento y constitución de garantías que no pueden cumplir, al no poseer la propiedad de los activos del negocio (en particular la tierra). No obstante, hay emprendedoras que, si valoran la formalización del negocio, ya que entienden que les permite acceder a clientes que no estarían disponibles al trabajar de manera informal (Mandakovic et al., 2017).

2.2 | Características de los emprendimientos de las mujeres en la zona rural en estudio

Al igual que sucede en el contexto nacional y estatal, los emprendimientos de mujeres en la región en estudio, presentan diversos problemas de gestión administrativa que ponen en peligro su existencia, los cuales se originan -principalmente- en una reducida infraestructura productiva, en limitados procesos administrativos (que van desde la falta de planeación hasta la ausencia de controles), pero también en el desconocimiento de habilidades gerenciales y de marketing.

El estudio permite detectar que las emprendedoras locales reconocen que los principales problemas que enfrentan sus negocios son:

- Carencia de recursos financieros (sin especificar si es para activos o capital de trabajo).
- Desconocimiento para aplicar tecnologías en sus procesos.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Escaso acceso a mercados y conocimiento de los mismos.
- Pasivos con Instituciones de Seguridad Social y con la Secretaría de Hacienda.

No obstante, no reconoce que:

- La mayor parte opera en la informalidad.
- Sus actividades dependen de los promotores del municipio, quienes les indican como y que hacer (lo cual genera dependencia de la autoridad política).
- Sus decisiones no se sustentan en conocimientos, análisis o asesorías.
- Su oferta es reducida e inestable y -en muchos casos- sujeta a temporalidad.
- No tienen control de costos.
- Es reticente a participar en alguna figura asociativa o de cooperación entre emprendedoras.

Por tamaño, considerando como indicadores el volumen de ventas y el número de empleados, el mayor porcentaje (86 %) corresponde a microempresas; existiendo, además, una correlación positiva entre el grado de informalidad de los negocios, su tamaño y el reducido número de empleados, lo cual se relaciona (de forma directa) con los datos y evidencias empíricas de los organismos internacionales que analizan el empoderamiento de la mujer en la actividad turística (IMCO, 2021). Si bien su participación en negocios y emprendimientos turísticos les permite obtener cierta autonomía o independencia financiera, aún está pendiente: romper con los estereotipos aplicables a los negocios de mujeres; e impulsar su participación en negocios relacionados con el turismo de naturaleza.

El autoempleo suele ser el inicio de la apertura de un negocio. Sin embargo, cuando las mujeres auto empleadas buscan crecer sus negocios a través de la contratación de personal, tienen menor éxito que los hombres. Dicha situación se deriva, entre otros factores, de las barreras sistemáticas en el desarrollo de habilidades para el manejo de negocios o la gestión de la carga de trabajo no remunerado, esta última situación que -evidentemente- disminuye el tiempo disponible para impulsar sus emprendimientos.

Las mujeres que han recibido algún tipo de capacitación, generalmente han sido cursos de corta duración en algunas técnicas, en su mayoría relacionadas con actividades tradicionalmente asociadas a la mujer (cultura de belleza, cocina, artesanías, etc.); no obstante, en la región no se han impartido cursos que fomenten o propicien el desarrollo de habilidades relativas a la cultura empresarial y de negocios.

La mayoría parte de las mujeres emprendedoras de la región, han iniciado sus negocios sin capacitación previa, de manera autodidacta o con entrenamiento sobre la marcha; solo un 23 % del total ha asistido a cursos de capacitación formal, en temas relacionados con el desarrollo de sus negocios (pero han tenido que desplazarse hasta la cabecera municipal en San José del Cabo). Cabe mencionar que el 68.7 % de las mujeres de la zona rural, emprende negocios por razones económicas; mientras que un 26.7 %, considera que la motivación social fue la que predominó al momento de decidir el emprendimiento.

A diferencia del capital natural, el capital empresarial es reducido en la región; de la totalidad de unidades económicas, el 31 % opera como empresa familiar y el 70 % corresponde a micro y pequeñas empresas. Otra característica del capital empresarial en la región Cuenca de Santiago, es que la media de antigüedad de las empresas no supera los veinte años; en promedio, la mayoría se constituyó con posterioridad a 1998, es decir, después que se emitió el decreto que crea el ANP Sierra La Laguna (1994) y el ANP Cabo Pulmo, circunstancias que se asocian al incremento en el número de emprendimientos relacionados con la biodiversidad en la zona.

3 | METODOLOGÍA Y DATOS

Esta investigación tiene por objetivo: Analizar los factores que inciden en las mujeres ante la decisión de emprender un negocio en una región rural donde predomina la actividad ecoturística. Los factores que se tomaron en cuenta, se asocian con la actividad ecoturística en el contexto de un territorio rural, mismos que se complementan con factores propios de la percepción de la igualdad de género. En este sentido, el modelo propuesto tiene la finalidad de establecer cuáles son los factores que propician que la mujer adopte la decisión de emprender un negocio. Dado que la variable implica la toma de decisiones bajo un conjunto de condiciones, se utilizan modelos de variables endógenas cualitativas, denominados modelos de elección discreta, los cuales ponderan el efecto de las variables explicativas sobre la probabilidad de respuesta de un evento de interés.

En general, un modelo de elección discreta estará dado por:

$$Prob(Y = |x_i) = P_i \quad (1)$$

$$\hat{P}(Y = 1|x_i) = \theta(x_i\beta_j) \quad (2)$$

Donde: *Prob* = Probabilidad de que ocurra el evento de interés dadas las variables explicativas *x*. *X_i* = variables exógenas del modelo. θ = función de distribución (logística en el modelo logit). \hat{P} = Probabilidad estimada

El modelo de probabilidad tipo logit se puede expresar de la siguiente manera:

$$E(Y = 1) = \frac{1}{1 + e^{x'\beta}} \quad (3)$$

Donde:

Y = Variable dependiente. *x'* = Vector de variables independientes. β = Coeficientes a estimar. *e* = exponencial

Variable dependiente:

- Emprendimiento (Emp): Adopta el valor de 1 si el emprendimiento es una mujer y además este emprendimiento es su principal fuente de ingreso; 0 en cualquier otro caso (c.o.c.)

Variables independientes:

- **Secundaria (Sec):** Asume el valor de 1 si el nivel de estudio es de secundaria, equivalente a 9 años de estudio; cero en c.o.c.
- **Preparatoria (Prep):** Asume el valor de 1 si el nivel de estudio es de preparatoria, equivalente a 12 años de estudio; cero en c.o.c.
- **Licenciatura (Lic):** Asume el valor de 1 si el nivel de estudio es de licenciatura, equivalente a 16 años de estudio; cero en c.o.c.
- **Está de acuerdo en que la actividad turística ha beneficiado a la localidad (*Tur₁*):** Asume el valor 1 si se está de acuerdo en que la actividad turística ha beneficiado a la localidad; cero en c.o.c.
- **Está de acuerdo en que la localidad es atractiva para el turismo (*Tur₂*):** Asume el valor de 1 si se está de acuerdo en que la localidad es atractiva para el turismo; cero en c.o.c.
- **Si considera que las mujeres no tienen limitantes al momento de emprender (*Género₁*):** Asume el valor de 1 si considera que las mujeres no tienen limitantes al momento de emprender; cero en c.o.c.
- **Si considera que hombres y mujeres tienen las mismas oportunidades de emprender un negocio (*Género₂*):** Asume el valor de 1 si considera que hombres y mujeres tienen las mismas oportunidades de emprender un negocio; cero en c.o.c.
- **Si considera que hombres y mujeres son tratados con los mismos derechos (*Género₃*):** Asume el valor de 1 si considera que hombres y mujeres son tratados con los mismos derechos.

Las variables *Tur₁*, *Tur₂*, *Género₁*, *Género₂*, y *Género₃*, son de tipo ordinal y capturan la percepción que tuvieron los sujetos de estudio, en el contexto de la afirmación planteada. Por lo anterior, estas variables antes de ser transformadas a dicotómicas, se midieron a partir de una escala Likert de 5 niveles, esto es: 1 = completamente de desacuerdo, 2 = desacuerdo, 3 = ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = de acuerdo 5 = completamente de acuerdo. Para la transformación a dicotómicas, se tomó en consideración el valor de 5 en la escala Likert; de esta manera, las variables dicotómicas tomaron el valor de 1 cuando la escala Likert fue igual a 5, y cero en cualquier otro caso.

La población sujeta de estudio, se constituye por mujeres que residen en la zona en estudio y que cuentan con algún emprendimiento o visualizan un potencial del mismo y que, además, se vincula con el turismo y la biodiversidad. El territorio de la Cuenca de Santiago (como área de estudio) corresponde a las delegaciones de la zona rural norte del municipio de Los Cabos; es decir, Miraflores, Santiago (comprende parte del ANP Sierra La Laguna) y La Ribera (incluyendo el Parque Nacional Cabo Pulmo).

Los datos se obtuvieron de aplicar encuestas -únicamente- a las emprendedoras; dado que se trata de una región rural, donde existen pocos emprendimientos, no se calculó una muestra aplicando una fórmula estadística convencional, sino que se recurrió a la "Metodología de Mapeo Territorial", la cual se sustenta en la recolección de información, con base en la participación de los actores locales; para tal efecto, se empleó la técnica metodológica de "Puerta a Puerta", la cual "corresponde a la visita al domicilio de los pobladores de la zona rural, considerados como población sujeta de estudio" (Gariazzo, Goinheix, Parada, Troncoso y Rodríguez, 2014). Esta técnica permite establecer conexión directa con las emprendedoras, lo que facilita cuestionar más allá de las simples preguntas y recabar más información asociada al contexto de la región, en particular aquella referida a la relación que guardan los emprendimientos de mujeres con el turismo y la naturaleza.

La muestra se constituyó por 42 cuestionarios, de los cuales se rescataron las preguntas asociadas a los factores que inciden en que la mujer sea emprendedora de un negocio y que -al mismo tiempo- se relacionen con igualdad de género y ecoturismo. Dado que la región tiene una manifiesta vocación hacia el turismo, se definieron variables para comprobar si -efectivamente- las actividades turísticas influyen en la decisión de emprender. Al ser la mujer el sujeto de estudio, se agregaron variables de género, con lo cual se busca conocer la percepción social, en un contexto en que a la mujer se le compara con los hombres en temas como emprendimiento, oportunidades y derechos. A las variables anteriores, se agregaron los niveles de escolaridad como variables de control en el modelo.

Cabe señalar que en este tipo de modelos, donde se focaliza la muestra hacia la decisión de un sujeto de estudio, suele generar un sesgo de selección en la muestra, por lo que es pertinente controlar este factor mediante la técnica de Heckman (1979); no obstante, y como señalan Osorio, Martínez y Saavedra (2021), es factible relajar este supuesto de sesgo de selección, cuando la población sujeta de estudio se ubica en un sector muy específico. Aunado a lo antes expuesto, el propósito de esta investigación considera un análisis de exploración y contextualización del papel de la mujer en la región.

En la tabla 1, se observan los porcentajes que reflejan si el sujeto de estudio cumple con la característica de la variable en cuestión. En este sentido, se aprecia que, del total de la muestra, el 55 % corresponde a mujeres emprendedoras. En lo que se refiere a las variables de educación de las mujeres, el porcentaje más alto se ubicó en escolaridad secundaria, situación que refleja las condiciones de la región, tales como la inexistencia de instituciones de educación superior o la costumbre social de que el hijo varón sea el que avance en los estudios.

Respecto de las variables asociadas al turismo, un alto porcentaje de los encuestados refiere que dicha actividad económica si ha beneficiado a la localidad, mientras que alrededor de un 50 % destaca que la región es atractiva para el turismo. En términos generales, existe una percepción positiva respecto del impacto de la actividad ecoturística en la población de la región.

Con respecto a las variables asociadas a la igualdad de género, se puede observar que en materia de emprendimiento las mujeres se perciben con gran capacidad para desarrollar esta actividad económica. Lo anterior se sustenta en el hecho de que el 64 % de las mujeres no se ve o se percibe con limitantes al momento de emprender un negocio. Asimismo, cerca del 80 % considera que tanto los hombres como las mujeres tienen las mismas oportunidades de emprender un negocio. No obstante, queda de manifiesto que si existe un porcentaje bajo de 17 % que considera que las mujeres y los hombres son tratados con los mismos derechos. En conclusión, si bien es cierto que en materia de emprendimiento se puede percibir un contexto positivo para las mujeres, en términos de equidad, un quedan otras áreas de oportunidad en las cuales se tienen que

trabajar para lograr una mayor percepción sobre los derechos entre hombres y mujeres. Este último punto, aunque no se aborda propiamente en la presente investigación, si queda de precedente para futuros análisis.

Tabla 1. Porcentajes de sujetos de estudio que cumplen con la característica de acuerdo con la variable

Variable	Porcentaje
Emprendimiento	55 %
Primaria	14 %
Secundaria	24 %
Preparatoria	19 %
Licenciatura	12 %
Está de acuerdo en que la actividad turística ha beneficiado a la localidad	67 %
Está de acuerdo en que la localidad es atractiva para el turismo	48 %
Si considera que las mujeres no tienen limitantes al momento de emprender	64 %
Si considera que hombres y mujeres tienen las mismas oportunidades de emprender un negocio	79 %
Si considera que hombres y mujeres son tratados con los mismos derechos	17 %

Notas: los porcentajes de educación corresponden únicamente para el caso de mujeres emprendedoras. Fuente: elaboración propia.

4 | RESULTADOS

4.1 | Presentación de los resultados

Los resultados del modelo muestran que en el caso de la educación secundaria (Sec), equivalente a 9 años de escolaridad, el resultado sugiere que una mujer -en este nivel de escolaridad- tiene un 38.86 % de probabilidad de optar por emprender un negocio; por tanto, esta variable resultó estadísticamente significativa.

Tabla 1. Porcentajes de sujetos de estudio que cumplen con la característica de acuerdo con la variable

Variable	Coefficiente (dy/dx)	Error estándar	Valor p
Sec	0.38864	0.18662	0.037
Prep	0.42009	0.16332	0.010
Lic	0.07474	0.30181	0.804
Tur 1	-0.02429	0.24508	0.921
Tur 2	0.03468	0.20736	0.867
Género 1	0.40946	0.18831	0.030
Género 2	0.41228	0.20657	0.046
Género 3	0.54357	0.15987	0.001

Notas: La significancia estadística se estableció al 10, 5 y 1 por ciento con valores p menores que 0.1, 0.05 y 0.01 respectivamente. En el caso de las variables de educación se normalizó con las personas de educación primaria. Los coeficientes corresponden a los valores marginales. Número de observaciones = 42; Coeficiente R-cuadrado ajustado = 0.2279 Fuente: elaboración propia.

El resultado de la variable referida a educación preparatoria (equivalente a 12 años de escolaridad), establece que una mujer -con ese nivel de estudios- tiene una probabilidad del 42 % de emprender un negocio; en este caso, la variable también resultó estadísticamente significativa.

Por lo general se asume que la probabilidad de emprender un negocio se incrementa cuando se tienen más años de escolaridad; sin embargo, cuando la educación alcanza el nivel de licenciatura (16 años de escolaridad), la variable no resultó estadísticamente significativa, lo cual indica que -en este caso- no se puede determinar qué tipo de impacto tiene el mayor nivel educativo sobre la decisión de emprender, es decir, si incrementa o disminuye la probabilidad. Por tanto, en la región se puede concluir que las mujeres con educación de nivel básico, tienen una mayor afinidad hacia el emprendimiento.

Cabe señalar que ninguna de las variables referidas a la actividad turística (Tur_1 y Tur_2), resultó ser estadísticamente significativa; lo que permite establecer que -a pesar de que la región tiene un importante potencial turístico- no existe suficiente evidencia estadística para asumir que esta condición influye sobre las mujeres al momento de decidir el emprendimiento.

Con relación a las variables concernientes a la temática de género y a la percepción de la mujer en el entorno económico y social, las tres fueron estadísticamente significativas; por lo tanto, estas variables sí tienen influencia en la elección de las mujeres cuando optan por emprender un negocio. La variable de $Género_1$, sugiere que para aquellas mujeres que perciben que no existen limitantes a la hora de emprender, por el simple hecho de ser mujer, la probabilidad de emprender resulta en un 40.94 %.

Con respecto a la variable $Género_2$, misma que considera que las mujeres y hombres tienen las mismas oportunidades de emprender un negocio, resultó estadísticamente significativa y con signo positivo. En términos de probabilidad, esta variable refleja que el 41.2 % de los encuestados considera una relativa oportunidad al momento de emprender.

La variable de $Género_3$ también resultó estadísticamente significativa y con signo positivo. En términos de probabilidad, esta variable permite asumir que cuando una mujer percibe que tanto hombres como mujeres son tratados con los mismos derechos, la probabilidad de que la mujer opte por emprender un negocio se incrementa en 54.35 %.

4.2 | Discusión de resultados

El tema de la mujer en el mercado laboral, ha sido ampliamente discutido y analizado desde diferentes ópticas y metodologías. En el caso de esta investigación, el emprendimiento se analiza en un contexto donde el turismo (como actividad económica), el género y la biodiversidad en una región rural, adoptan una particular importancia. En este sentido, se puede establecer que son pocos los estudios que pueden tener un amplio sentido de comparación, en términos de resultados, con esta investigación. No obstante, si existen estudios similares que analizan el caso de las mujeres, en términos de reconocer los factores que influyen en ellas para optar por emprender, además de analizar algunas limitantes que enfrentan al crear un negocio.

Dicho lo anterior, se tiene como ejemplo el estudio de Briseño, Briseño y López (2016), en el que se analiza el caso del emprendimiento femenino en la región noroeste de México. Uno de los resultados de su investigación, es que las nuevas generaciones de mujeres crecieron con una cultura de mayor igualdad entre hombres y mujeres, lo cual propicia más seguridad en sí mismas a la hora de emprender. Este resultado es relevante para contrastar con los hallazgos de esta investigación, ya que aquí también se pudo constatar que las variables asociadas al género, si tienen un impacto favorable para las mujeres al decidir emprender un negocio. En un contexto de percepción de igualdad y paridad en oportunidades entre hom-

bres y mujeres, se puede establecer que la decisión de emprender es una opción viable para las mujeres.

En el mismo sentido, Sabater (2018) analiza el caso del emprendimiento femenino desde dos puntos de vista: el profesional y el de los factores culturales. Respecto del primero, concluye que en el ámbito profesional, las mujeres emprendedoras buscan su realización a través del emprendimiento. Respecto de los factores culturales de género y su impacto en la decisión de emprender, la referida autora señala que los estereotipos de género siguen estando presentes, es decir que las tareas del hombre se asocian a las actividades económicas productivas, mientras que a las mujeres se les confina a las tareas domésticas del hogar. En este contexto, al comparar con los resultados de la presente investigación, se tiene que las variables de género, tienen un impacto positivo y estadísticamente significativo. Resulta relevante mantener esta percepción de las mujeres al momento de optar por emprender un negocio dentro de la región, porque de no hacerlo se puede caer en una situación negativa.

En un estudio realizado por Taxis, et al. (2023) se analiza el emprendimiento femenino como decisión laboral, para lo cual se utilizan modelos de elección discreta tipo logit y probit, a fin de determinar los factores que influyen en la probabilidad de las mujeres emprendan un negocio en México. Los resultados muestran que mientras mayor es el nivel educativo en la mujer, menor es la probabilidad de emprender un negocio. Este resultado contrasta con lo que se encontró en la presente investigación, dado que las variables de educación muestran que a medida que fue ascendiendo la escolaridad, aumenta la probabilidad de emprender. Este factor puede tener su origen en el contexto geográfico y multicultural de México, ya que mientras que el trabajo de Taxis et al., (2023) se realizó para todo el país, el ámbito de esta investigación se limita a una pequeña región rural, donde -quizás- las opciones de emplearse son menores a las de emprender un negocio. Lo relevante de este estudio es que aplica la misma metodología de modelos de elección discreta, por lo cual es aceptable la comparación, pero observando ciertas reservas, dado el enfoque geográfico rural que se maneja en la presente investigación.

En otro estudio realizado por Moreno, et al. (2022), se analizan aquellos factores que inciden en la decisión de emprendimiento de las mujeres en una localidad de Ecuador. La metodología que se utilizó fue de tipo cuantitativa correlacional. Sus resultados destacan que factores como la detección de oportunidades de negocio, persistencia, sociabilidad y liderazgo, son las de mayor impacto al momento de emprender. En este sentido, queda de manifiesto que los enfoques y metodologías brindan un panorama amplio y diverso; situación que, para futuras investigaciones, se deberá tomar en cuenta para robustecer los resultados generados. No obstante, una de las limitantes que encuentra el estudio de los referidos autores, es que las emprendedoras carecen de habilidades como la planificación; lo cual es relevante, si se considera que la formación educativa puede coadyuvar al desarrollo de este tipo de habilidades. Si se compara ese hallazgo con los resultados de esta investigación, se puede sugerir que las mujeres en la región de Santiago, al tener un bajo nivel de escolaridad que se ubica en escolaridad secundaria, las lleve a carecer de ciertas habilidades que les impiden desarrollar emprendimientos. Por ello, fomentar políticas de apoyo a la educación superior en la región coadyuvaría en potenciar ciertas habilidades que se requieren al momento de emprender.

Otro de los factores considerados en el modelo fue el del ecoturismo, dado que a esta actividad se le considera relevante en el desarrollo de la región. En este sentido, Gutiérrez, et al. (2021) analizan los factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica, destacando la importancia de estudiar a las emprendedoras de las comunidades rurales, segmento que ha sido poco analizado.

En este sentido, la presente investigación también destaca esa observación, ya que son pocos los estudios alusivos al emprendimiento de mujeres en comunidades rurales. También se menciona que el turismo tiene la peculiaridad de generar oportunidades de mercado, que propicien el emprendimiento de la mujer rural. Aunque en esta investigación no resultaron estadísticamente significativas las variables asociadas al turismo, sí queda de manifiesto -por lo menos desde la estadística descriptiva- (ver porcentajes en la tabla 1) que la mujer de la región se ha visto favorecida por esta actividad económica.

En el mismo sentido, Montañes, et al. (2023), al realizar una revisión sistemática de la literatura del tema, establecen que la relación entre el emprendimiento, género y turismo es válida, al afirmar que en la actividad turística son las mujeres quienes poseen mayor potencial innovador frente a los hombres. Este mismo hallazgo, se observa en el trabajo de Pérez, et al. (2023), en el que se establece que las mujeres han encontrado en el sector turístico una oportunidad de generar emprendimientos que les permite atender las labores del hogar y -al mismo tiempo- desarrollar una actividad de corte empresarial.

En general, la literatura empírica que aborda el tema del emprendimiento femenino, es amplia y se manifiesta en una amplia gama de metodologías. No obstante, es limitado el número de investigaciones que abordan la temática desde el ámbito del ecoturismo en zonas rurales. Es por ello que el aporte de la presente investigación, abona a este tipo de análisis. Queda de manifiesto también, que la variable de género es fundamental para explicar la decisión de la mujer para emprender un negocio.

5 | CONCLUSIONES

Independientemente del sector económico en el que se desarrolle el emprendimiento de la mujer rural en la Región Cuenca Santiago, se registra una elevada tasa de informalidad. En el periodo 2015-2023, los negocios informales liderados por mujeres representan más del 50% del total en Baja California Sur. Esta situación representa una desventaja para la mujer, la cual se explica -básicamente- por: el alto costo de trámites de gestión administrativa, falta de acceso al financiamiento y limitada capacitación en finanzas, contabilidad o desarrollo de negocios.

El autoempleo suele ser el inicio de la apertura de un negocio. Sin embargo, cuando las mujeres auto empleadas contratan personal buscando el crecimiento de sus negocios, tienen menor éxito que los hombres. Dicha situación se deriva, entre otros factores, de las barreras sistemáticas en el desarrollo de habilidades para el manejo de negocios o la gestión de la carga de trabajo no remunerado, que disminuye la disponibilidad de tiempo de las mujeres para impulsar sus emprendimientos.

De acuerdo a la percepción de las emprendedoras de la Cuenca de Santiago, el potencial para el desarrollo turístico lo constituyen sus recursos naturales, así como estar ubicadas en zonas privilegiadas como la Reserva de la Biosfera Sierra La Laguna y el Parque Nacional Cabo Pulmo. Sin embargo, su aprovechamiento ecoturístico todavía presenta un grado de integración muy bajo, lo que implica niveles básicos de explotación y comercialización, extensivos, poco estructurados y con escaso valor agregado, tanto para el turista como para beneficio de las actuales oferentes, a lo cual se debe agregar una escasa o limitada regulación y control en materia ambiental.

Los emprendimientos de mujeres se concentran artesanías, comercio minorista, microemprendimientos de hospedaje y gastronomía, productos de turismo cultural y servicios relacionados con turismo de naturaleza. La evidencia empírica indica que es necesario fomentar el desarrollo e innovación de productos turísticos y de es-

pacios de comercialización, a través de mujeres debidamente organizadas en grupos de producción, al tiempo que se requiere diversificación de sus actividades a fin de generar un mayor ingreso. Actividades como la agricultura orgánica, ganadería, producción de lácteos, entre otras, pueden propiciar una oferta que llegue a formar parte de cadenas de suministro del turismo, situación que puede constituir una alternativa para el desarrollo local sustentable.

Los resultados presentados en el modelo, destacan las variables referidas al género, pues es evidente la percepción de que las mujeres pueden llegar a tener igualdad de oportunidades al momento de emprender, o simplemente sentirse con los mismos derechos que los hombres, lo cual las incentiva y motiva a crear negocios. Por ello es importante continuar fomentando el emprendimiento de mujeres rurales en la región, así como propugnar que hombres y mujeres deben tener las mismas oportunidades; en la medida que se perciba y atienda esta igualdad, la participación de las mujeres no solo se potenciará en lo económico a partir del emprendimiento, sino también en lo social y familiar.

Las variables relativas a educación, resultaron relevantes para que las mujeres opten por emprender un negocio; el modelo indica que a medida que se incrementa la educación, la probabilidad de emprender un negocio también aumenta, esto se pudo comprobar para los niveles educativos de secundaria y preparatoria. En lo que respecta a la educación superior (licenciatura), la variable al no resultar estadísticamente significativa se concluye que no genera un impacto sobre la probabilidad de emprender por parte de las mujeres. También es evidente que la autoridad gubernamental deberá poner atención en la educación superior, ya que esta variable no resultó estadísticamente significativa. Generar programas de apoyo a las mujeres que opten por estudiar una licenciatura, son necesarios para propiciar que este nivel de educación influya en la posibilidad de que la mujer opte por emprender negocios.

En lo que refiere a las variables asociadas al turismo, no hay evidencia estadística para afirmar que la actividad turística influye en el emprendimiento de las mujeres. Este resultado se puede explicar por qué la región en estudio, no es -propriadamente- una zona de atracción de turistas como si lo es Los Cabos, lo que, unido a su limitada infraestructura, deja a la cuenca de Santiago como una región que complementa la oferta turística tradicional de sol y playa de Los Cabos. Los resultados de la investigación, indican que los emprendimientos femeninos, en el contexto del desarrollo turístico sustentable en zonas rurales, contribuyen a la igualdad de género y al empoderamiento de la mujer, así como a un mayor desarrollo local. Sin embargo, estos beneficios no son automáticos; requieren una mayor intervención gubernamental por medio de políticas públicas, programas de capacitación, asesoría y financiamiento que propicien entornos favorables al empoderamiento económico de las mujeres, en este caso a través del turismo.

Un factor que representa una limitante para la investigación, fue el número de emprendimientos que se ubican en la zona de estudio (42), lo cual limita en cuanto a la posibilidad de ampliar el tamaño de la muestra y tener oportunidad poder aplicar algún otro modelo de análisis multivariante, como por ejemplo, el modelo de ecuaciones estructurales. Sin embargo, los resultados de esta investigación permiten planear nuevas líneas de investigación, así como el realizar estudios de análisis comparativos de los emprendimientos femeninos vinculados al turismo entre las mujeres de zonas urbanas y rurales.

Es fundamental que el gobierno federal tome medidas concretas para retomar y fortalecer los programas de emprendimiento dirigidos mujeres en todo el país. Estos programas son una inversión estratégica para promover el desarrollo económico y social de México, así como para fomentar la equidad de género y el empoderamiento de estos grupos. De esta manera, se propicia el fomento a la inclusión social y se disminuirán las brechas económicas y de género, fortaleciendo el tejido social de México.

Referencias bibliográficas

- [1] Becker, C., y Rosales, T. (2015). El diseño del programa Pueblos Mágicos desde el enfoque de la gobernanza. En Hernández, R. (coordinador). *Pueblos mágicos: discursos y realidades. Una mirada desde las políticas públicas y la gobernanza* (pp.23-53). Universidad Autónoma Metropolitana.
- [2] Bakas, F. A. (2017). Resiliencia comunitaria a través del emprendimiento: el papel del género. *Revista de comunidades emprendedoras: personas y lugares en la economía global*, 11(1), 61-77.
- [3] Briseño, O., Briseño, A., y López, A. (2016). El emprendimiento femenino; un estudio multi-caso de factores críticos en el noroeste de México. *Innovaciones de negocios*, 13(25): 23-46. <http://eprints.uanl.mx/12629/1/13.25>
- [4] CEPAL. (2021). La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad. CEPAL. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11362/46633>
- [5] Cruz, M. G., Devesa, M. J. S., y Quiñones, P. G. (2020). La mujer emprendedora en el turismo rural: peculiaridades del caso costarricense a través de la revisión bibliográfica. *Cuadernos de turismo*, (46), 185-214. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.451691>
- [6] De Oliveira, E., De Souza, A., Scherer, L., Thome, H., y Spindler, M. M. (2014). El papel del turismo en el espacio rural de São José dos Ausentes, Brasil. *El Periplo Sustentable*, 27.
- [7] Díaz-Carrión, I. A. (2013). Género y ecoturismo: perspectivas de empoderamiento de las mujeres en la reserva de la Reserva de la Biosfera los Tuxtlas (Veracruz y México). *Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso*. Obtenido de <http://www.umed.net/libros-gratis/2013b/1350/1350.pdf>.
- [8] Esquivel, R. (2021). Aportación de las mujeres en el turismo rural de Comonfort Guanajuato. *Revista Turismo Estudios y Prácticas*, 10(1), 1-14.
- [9] Figueroa-Domecq, C., De Jong, A., y Williams, A. M. (2020). Gender, tourism entrepreneurship: A critical review. *Annals of tourism research*, 84, 102980.
- [10] Filimonau, V., Matyakubov, U., Matniyozov, M., Shaken, A., y Mika, M. (2024). Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 457-479.
- [11] Gariazzo, F., Goinheix, S., Parada, C., Troncoso, C., y Rodríguez, A. (2014). Mapeo de capacidades territoriales y desarrollo productivo: oportunidades de intervención para el desarrollo local con inclusión. ISBN: 978-9974-8368-8-4
- [12] Gutiérrez, M. C. (2020). Mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica. [Tesis doctoral]. *Universidad de Alcalá*.
- [13] Gutiérrez, M., Such, M., y Gabaldón, P. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Revista Investigaciones Turísticas*, no. 22, pp. 148-175. DOI: <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.7>
- [14] Heckman, J. (1979). Sample selection bias as a specification error. *Econometría*, 47(1), 153-161. DOI: <https://doi.org/10.2307/1912352>
- [15] IMCO. (2021). La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino. *Instituto Mexicano para la Competitividad*: A.C. IMCO.
- [16] INEGI. (2023). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI*. (2020b). Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/Microdatos>
- [17] Mandakovic, V., Romani, G., Santander, P., Serey, T., y Soria, K. (2017). Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2017. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- [18] Martínez, B. C. (2020). Women's Empowerment in an Indian Trekking Company. *Tourism Cases*, (9 pp). DOI: 10.1079/tourism.2020.0011
- [19] McCall, C. E., y Mearns, K. F. (2021). Empowering women through community-based tourism in the Western Cape, South Africa. *Tourism Review International*, 25(2-3), 157-171. DOI: <https://doi.org/10.3727/154427221X16098837279967>
- [20] Mejía, G., y Vargas, N. (2018). Emprendimiento en perspectiva femenina: limitaciones y claves del éxito de las mujeres en los procesos de construcción de empresa en Colombia. Obtenido de: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1535/
- [21] Montañes, M., Rodríguez, V., y Ruiz, M. (2023). La influencia del género en el emprendimiento turístico innovador, revisión sistemática de la literatura. *Cuadernos de turismo*, no. 52, pp. 195-217. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.593601>
- [22] Montaña, A., Pérez, J., y López, V. (2022). Turismo de naturaleza y desarrollo local: estudio de caso de las capacidades en la zona rural de Los Cabos. En Martínez, S., y Vera, J. (Coords.). *Los nortes y el desarrollo en México: perspectivas, dimensiones y categorías para un análisis del territorio Volumen II*. (pp. 91-133). UNAM-AMECIDER, México. ISBN UNAM 978-607-30-6969-4, AMECIDER 978-607-8632-34-3.

- [23] Montaña, A., Pérez, J., y Vargas, M. (2018). Emprendimiento turístico y desarrollo local: Un acercamiento al contexto de Los Cabos, B.C.S. En Zerón, M., y Sánchez, Y. (Coords.). *Administración y Praxis* (tomo II): Un enfoque desde el género y el emprendimiento. (pp. 45-70). Ciudad Victoria, Tamaulipas: COLOFON.
- [24] Mora, G. Meli, D y Astete, P. (2018). Empoderamiento y demanda de autogestión. Estudio comparativo de emprendimientos de mujeres indígenas. *Sophia Austral*, (21), 43-59. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-56052018000100043>
- [25] Moreno, K., Medina, D., y Cepeda, D. (2022). Actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador). *Revista de Economía del Caribe*, (29), 99-116. <http://www.scielo.org.co/pdf/ecoca/n29/2145-9363-ecoca-29-99.pdf>
- [26] Moriche, Á. E. (2022). El papel de la mujer rural extremeña en la oferta turística: Una visión desde la perspectiva de género de la iniciativa leader y el programa proder. *Cuadernos de Turismo*, (50), 45-69. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.541861>
- [27] OMT. (2021), Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Segunda edición, *Organización Mundial del Turismo*. Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>.
- [28] ONU. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. *Organización de las Naciones Unidas*. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- [29] Osorio, G., Martínez, G., y Saavedra, R. (2021). Rendimientos del capital humano en las microempresas de la frontera norte de México. *Frontera Norte*, 33, pp. 27. DOI: <https://doi.org/10.33679/rfn.v1i1.2115>
- [30] Paz, Y. C., y Espinosa, M. T. E. (2019). Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia. *Tendencias*, 20(2), 116-137. DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.192002.117>
- [31] Pécot, M., Ricaurte-Quijano, C., Khoo, C., Vázquez, M. A., Barahona-Canales, D., Yang, E. C. L., y Tan, R. (2024). From empowering women to being empowered by women: A gendered social innovation framework for tourism-led development initiatives. *Tourism Management*, 102, 104883.
- [32] Pérez, A., Gómez, D., y Woolfolk, L. (2023). Emprendimiento femenino en el sector turístico de Sonora, México. *Revista de investigación académica sin frontera*, (16), pp. 29. DOI: <https://doi.org/10.46589/rdiarf.vi39.560>
- [33] Rinaldi, A., y Salerno, I. (2020). The tourism gender gap and its potential impact on the development of the emerging countries. *Qual Quant* 54, 1465-1477. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00881-x>
- [34] Rodríguez, G. M., y Acevedo, A. D. (2015). Cambios en la vida cotidiana de las mujeres a través de la incorporación del trabajo turístico en El Rosario, Michoacán, México. *El Periplo Sustentable* (29), 5-33. Obtenido de: <http://hdl.handle.net/20.500.11799/58911>
- [35] Sabater, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Femeris*, vol. 3., no. 2. Pp. 55-78. DOI: <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>
- [36] Saiz, J. M. (2018). Empresas de nueva creación y emprendimiento social: una visión desde el *Tecnológico de Monterrey*, México/José Manuel Saiz Álvarez.
- [37] Soloaga, I., Plassot, T., y Reyes, M. (2021). Caracterización de los espacios rurales en México a partir de estadísticas nacionales. *Documentos de Proyectos*. Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- [38] Taxis, M., Saavedra, R., y Campos, R. (2023). Emprendimiento femenino como decisión laboral en México, el caso de la frontera norte. *Región y sociedad*, 35, DOI: <https://doi.org/10.22198/rys2023/35/1791>
- [39] Wei, W., Sarker, T., Żukiewicz-Sobczak, W., Roy, R., Alam, G. M., Rabbany, M. G. y Aziz, N. (2021). The influence of women's empowerment on poverty reduction in the rural areas of Bangladesh: Focus on health, education and living standard. *International journal of environmental research and public health*, 18(13), 6909.
- [40] Zhang, J., y Zhang, Y. (2020). Tourism and gender equality: An Asian perspective. *Annals of Tourism Research*, 85, 103067.



Publicado por **Revista Económica**, este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Internacional Commons Atribución 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

© Autor(es) 2024