



DIMENSIONES PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DE LA COMPETENCIA EMPRENDEDORA DE LA MUJER EN EL ÁMBITO AGRARIO RURAL ANDALUZ

PROFESSIONAL, PERSONAL AND SOCIAL DIMENSIONS OF THE ENTREPRENEURIAL COMPETENCE OF WOMEN IN THE ANDALUSIAN RURAL AGRICULTURAL SPHERE

Manuel **Morales-Valero**¹

Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Educación. Departamento de Teoría e Historia de la Educación y M.I.D.E. Málaga, España

Diana **Amber-Montes**

Universidad de Jaén. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Pedagogía. Jaén, España

Alexis **Annes**

Ecole d'Ingénieurs de PURPAN. Sciences Humaines, Economiques et Sociales. Département Enseignant Chercheur en Sociologie. Toulouse, France

RESUMEN

Aunque la situación de la mujer en el ámbito rural andaluz en cuanto al empleo se ha visto ligeramente mejorada en los últimos años, todavía se evidencia una notable brecha de género en múltiples sentidos que afectan a su grado y tipo de emprendimiento. Así, el fomento de la competencia emprendedora desde distintos ámbitos (formal, no formal e informal) continúa siendo una necesidad importante para paliar su situación de desventaja. El objetivo de este estudio es el de identificar y describir, desde el punto de vista de las mujeres, las posibles dimensiones (profesionales, personales y sociales) que estarían dificultando o apoyando el aprendizaje efectivo

¹ *Correspondencia:* Manuel Morales Valero. Correo-e: mmoralesvalero@uma.es, web: <http://www.uma.es>

de la competencia emprendedora. Se utiliza una metodología cualitativa con una muestra de 30 mujeres emprendedoras dentro del entorno rural andaluz mediante una entrevista semiestructurada. Como principales resultados se destaca cómo el género se percibe como un factor que determina negativamente el grado y tipo de emprendimiento de las mujeres. No obstante, se señala a sus características personales vs. otros factores exógenos como una de las dimensiones más importantes. En este sentido, se destaca la importancia de las motivaciones intrínsecas de las mujeres a la hora de emprender, así como la responsabilidad social y ética de sus actos. Por último, se apunta a la necesidad de continuar fortaleciendo el aprendizaje de la competencia emprendedora desde la educación formal y no formal, pero se sugiere la importancia de potenciar contextos de aprendizaje informal como, por ejemplo, la orientación y asesoramiento continuo de la actividad emprendedora.

Palabras clave: competencia emprendedora, emprendimiento, mujeres, satisfacción laboral, formación.

ABSTRACT

Although the employment situation of women in rural Andalusia has improved slightly in recent years, there is still a notable gender gap in many respects which affects their level and type of entrepreneurship. Thus, the promotion of entrepreneurial skills in different spheres (formal, non-formal and informal) continues to be an important issue to alleviate their disadvantageous situation. The aim of this study is to identify and describe, from the women's point of view, the possible dimensions that could be hindering or supporting the effective learning of entrepreneurial competence. A qualitative methodology was used with a sample of 30 entrepreneur women in rural Andalusia by means of a semi-structured interview. The main results highlight how gender is perceived as a factor that negatively determines the degree and type of women's entrepreneurship. However, personal characteristics vs. other exogenous factors are identified as one of the most important dimensions. In this sense, the importance of women's intrinsic motivations for entrepreneurship is emphasized, as well as the social and ethical responsibility of their actions. Finally, we highlight the need to continue strengthening the learning of entrepreneurial skills in formal and non-formal education, but suggest the importance of promoting informal learning contexts such as, for example, continuous guidance and advice regarding entrepreneurial activity.

Key Words: entrepreneurial skills, enterprise, women, job satisfaction, training.

Cómo citar este artículo:

Morales-Valero, M., Amber-Montes, D. y Annes, A. (2024). Dimensiones profesionales, personales y sociales de la competencia emprendedora de la mujer en el ámbito agrario rural andaluz. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 35(2), 100-119. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.35.num.2.2024.41952>

Introducción

La mujer en el ámbito rural andaluz se encuentra con diversos hándicaps que influyen en su grado de empleabilidad: la invisibilidad de su trabajo, la estrechez y precariedad del mercado laboral y/o las escasas posibilidades para emprender (Gálvez y Matus, 2010). El género no solo es un elemento constitutivo de las relaciones sociales, sino que se trata de un elemento clave a través del cual se articula el poder (Scott, 2015), de ahí la importancia de su incorporación en este trabajo. No obstante, en la última década, se puede decir que a nivel nacional se ha visto mejorada su situación en cuanto al empleo, tanto por cuenta propia como ajena, gracias al sector servicios y agrario, si bien sus cifras todavía evidencian una notable brecha de género en múltiples sentidos (DRIFA, 2021; MARM, 2011) e incluso a nivel internacional (Ball, 2020).

A la hora de emprender, la mujer andaluza suele hacerlo en solitario, además de caracterizarse por su juventud y baja cualificación. Así, el 96.71% de las iniciativas emprendedoras registradas son llevadas a cabo por autónomas en el sector servicios: el 58.79% se encuentran entre los 25 y 40 años, el 45.36% tienen un nivel formativo bajo (Graduado Escolar /ESO) y una probabilidad de supervivencia del 4.07% (inferior al total de empresas andaluzas) (AEA, 2020).

Este análisis podría indicar una motivación emprendedora más relacionada con la necesidad o supervivencia al medio que con dimensiones más intrínsecas de la personalidad. No obstante, hay que apuntar que, si bien este tipo de modelos de emprendimiento suponen un potencial espacio para el desarrollo efectivo de las mujeres en múltiples facetas (Annes et al., 2021), siguen existiendo muchos hándicaps para alcanzar su empoderamiento a través del trabajo. Otros estudios en contextos culturales diferentes muestran cómo existen dificultades de acceso a recursos financieros o a la propiedad, así como a formación y asesoramiento que respondan a sus necesidades. Asimismo, las mujeres se enfrentan a cuestionamientos de autolegitimidad y de legitimidad social (Annes y Wright, 2016; Wright y Annes, 2016).

El desarrollo efectivo de la competencia emprendedora se presenta como una posible solución a la problemática presentada, siendo esta una preocupación constante de los sistemas educativos contemporáneos en las últimas décadas (Manso y Thoilliez, 2015). Así, en el caso español, la iniciativa personal y el espíritu emprendedor son recogidos como fines del sistema educativo por la Ley Orgánica 3/2020 estableciendo el emprendimiento como competencia dentro de la Educación Secundaria Obligatoria, como principio pedagógico de la Educación Primaria y como objetivo de la Formación Profesional. Además, en la actual reforma de la Formación Profesional en España (Ley Orgánica 3/2022) se le da un nuevo impulso toda vez que se dedica el título octavo a la innovación, investigación aplicada y emprendimiento. De esta forma, lo que se persigue no es otra cosa que la incorporación del discurso europeo de las competencias, concepto surgido en los años 70 y 80 con un claro origen empresarial (Lorente, 2012).

No obstante, la incorporación de la competencia emprendedora en el ámbito educativo formal no ha estado exenta de polémica, entendiéndose como una forma de mercantilizar la educación (Fernández et al, 2017) y de conducir a la juventud a modos frustrantes de subjetivación y precariedad, lo que algunos han denominado como la “gramática del emprendimiento” (Santamaría y Carbajo, 2019). En este trabajo, se concibe desde una perspectiva amplia en tanto capacidad humanizadora en sí misma, como fuente de crecimiento personal y posibilitadora de una formación integral, tal y como este concepto era entendido antes de que la ciencia económica se apropiara de su uso (Azqueta, 2019; Marina, 2010).

Por otro lado, las competencias en general, y la competencia emprendedora en particular, se desarrollan a lo largo de todo el ciclo vital. De hecho, no podemos decir que existan períodos en los que se aprende y otros en los que no se aprende. Así, se viene hablando desde hace décadas

de la existencia de tres contextos clásicos de aprendizaje: el formal, el no formal y el informal (Álvarez, 2004). Si bien los dos primeros han merecido más atención desde la literatura académica en educación, no se debe minusvalorar el papel de los aprendizajes informales. Las actividades vitales (familiares, deportivas, sociales, etc.) son también ámbitos de aprendizaje eficaces, de ahí el importante papel de la experiencia en su desarrollo (Lévy-Leboyer, 2003; Rodríguez, 2018). Al fin y al cabo, el mejor modo de evaluar la adquisición de la competencia es en el lugar en que esta se activa y expresa: en los propios contextos profesionales (Tejada y Ruíz, 2016).

En este sentido, el presente estudio trata de identificar y describir las posibles dimensiones (profesionales, personales y sociales) que estarían dificultando o apoyando el aprendizaje efectivo de la competencia emprendedora de las mujeres andaluzas. Los resultados obtenidos ayudarán a lograr una mayor comprensión del fenómeno para informar posibles procesos de orientación educativa y/o laboral en estos contextos, así como para reconocer los factores que inciden en la activación de la competencia emprendedora, independientemente del contexto en que se desarrolle.

Método

Se ha utilizado una metodología predominantemente cualitativa acorde al propósito de comprensión del fenómeno que orienta este trabajo (Flick, 2015). Con un diseño metodológico híbrido, se realiza un estudio de caso múltiple (Stake, 2013, 2020), en el que se combina el análisis de contenido (Bernete, 2013) con notas críticas y sociales propias del análisis del discurso (Van Dijk, 2007) y con la emergencia temática característica de la teoría fundamentada (Strauss y Corbin, 2016).

La técnica de recogida de información empleada ha sido la entrevista semiestructurada, partiendo de una guía temática de cuestiones organizadas en torno a tres bloques principales seleccionados de forma deductiva que orientaron el discurso, sin limitarlo: 1) Emprendimiento (recoge cuestiones abiertas en torno a las motivaciones, los condicionantes, etc.); 2) Satisfacción con la carrera emprendedora; y 3) Formación y necesidades de orientación. Debido a la dispersión geográfica de los casos de estudio, las entrevistas tuvieron lugar de forma telefónica, previa solicitud y consentimiento por parte de las informantes para su grabación y posterior tratamiento. Las entrevistas se realizaron desde noviembre de 2021 hasta febrero de 2023 y tuvieron una duración media aproximada de 30-60 minutos, realizándose en uno o dos encuentros, en función del caso.

Descripción de los casos de estudio

Mediante un muestreo intencional, siguiendo los criterios de heterogeneidad, accesibilidad y representatividad, y alcanzando un tamaño muestral que permita la saturación de la información, se han seleccionado treinta mujeres emprendedoras en el entorno rural, como informantes de este estudio. Para favorecer la comprensión y contextualización de los casos, en la Tabla 1 se muestran las características generales de las mujeres participantes.

Tabla 1*Características de las informantes*

ID	Actividad	Edad	Estado Civil	Formación	Provincia	Tiempo Emprendedora
1	Agricultura	45-54	Casada	Educación Primaria	Almería	>29 años
2	Apicultura	25-34	Casada	Educación Secundaria (Orientación General)	Cádiz	5-9 años
3	Agricultura	55-64	Divorciada	Educación Secundaria (Ciclo Formativo de Grado Medio)	Jaén	10-14 años
4	Agricultura	55-64	Soltera	Educación Secundaria (Ciclo Formativo de Grado Medio)	Granada	25-29 años
5	Agricultura	35-44	Casada	Educación Superior (Estudios Universitarios)	Córdoba	5-9 años
6	Ganadería	25-34	Soltera	Educación Superior (Estudios Universitarios)	Córdoba	5-9 años
7	Agricultura	45-54	Casada	Educación Primaria	Sevilla	>29 años
8	Ganadería	55-64	Casada	Educación Secundaria (Orientación General)	Málaga	5-9 años
9	Agricultura	25-34	Soltera	Educación Primaria	Granada	5-9 años
10	Agricultura	55-64	Casada	Educación Primaria	Jaén	>29 años
11	Ganadería	45-54	Casada	Educación Primaria	Málaga	10-14 años
12	Agricultura	45-54	Divorciada	Educación Secundaria (Orientación General)	Almería	20-24 años
13	Agricultura	55-64	Casada	Educación Secundaria (Ciclo Formativo de Grado Medio)	Cádiz	5-9 años
14	Cosmética natural	>64	Casada	Educación Secundaria (Orientación General)	Córdoba	5-9 años
15	Agricultura	35-44	Soltera	Educación Superior (Ciclo Formativo de Grado Superior)	Cádiz	<5 años
16	Agricultura	35-44	Casada	Educación Superior (Ciclo Formativo de Grado Superior)	Granada	5-9 años
17	Agricultura	35-44	Casada	Educación Secundaria (Ciclo Formativo de Grado Medio)	Huelva	5-9 años
18	Agricultura	45-54	Casada	Educación Superior (Ciclo Formativo de Grado Superior)	Sevilla	15-19 años
19	Agricultura	45-54	Casada	Educación Secundaria (Orientación General)	Almería	5-9 años
20	Agricultura	55-64	Casada	Educación Primaria	Almería	>29 años
21	Agricultura	35-44	Casada	Educación Primaria	Cádiz	5-9 años
22	Apicultura	45-54	Casada	Educación Superior (Estudios Universitarios)	Huelva	>29 años
23	Agricultura	35-44	Soltera	Educación Secundaria (Ciclo Formativo de Grado Medio)	Jaén	5-9 años
24	Agricultura	55-64	Divorciada	Educación Primaria	Almería	5-9 años
25	Agricultura	45-54	Casada	Educación Superior (Ciclo Formativo de Grado)	Málaga	5-9 años

ID	Actividad	Edad	Estado Civil	Formación	Provincia	Tiempo Emprendedora
				Superior)		
26	Ganadería	45-54	Casada	Educación Primaria	Huelva	5-9 años
27	Agricultura	>64	Casada	Educación Primaria	Jaén	25-29 años
28	Agricultura	45-54	Soltera	Educación Superior (Ciclo Formativo de Grado Superior)	Granada	15-19 años
29	Agricultura	45-54	Casada	Educación Superior (Ciclo Formativo de Grado Superior)	Sevilla	25-29 años
30	Agricultura	55-64	No aplicable	Educación Secundaria (Orientación General)	Málaga	>29 años

Fuente: Elaboración propia

Los datos de las informantes han sido tratados de forma anónima y se ha asegurado el carácter confidencial de su participación. Se han seguido los principios de la ética situada (Abad, 2016) y todas las informantes han dado su consentimiento para participar en este estudio tras ser informadas de sus fines.

Procedimiento de análisis de la información

La información recabada a partir de las entrevistas ha sido analizada con ayuda de la vigésimo segunda versión del software NVivo, recomendado para el análisis de esta tipología de datos (Lopezosa, 2020).

La categorización ha partido de tres líneas temáticas o metacategorías (Emprendimiento, Grado de satisfacción laboral, Formación) generadas de forma deductiva a partir de la literatura. Mediante un proceso inductivo, estas temáticas se han concretado en categorías y subcategorías emergentes del discurso de las informantes.

Las diferentes herramientas del software de análisis han facilitado la categorización y la composición de estructuras categoriales que representan el sistema de categorías a través de mapas jerárquicos, así como el desglose de cada categoría, que ha permitido desentrañar los sentidos, vindicaciones y claves presentes en el discurso.

Resultados

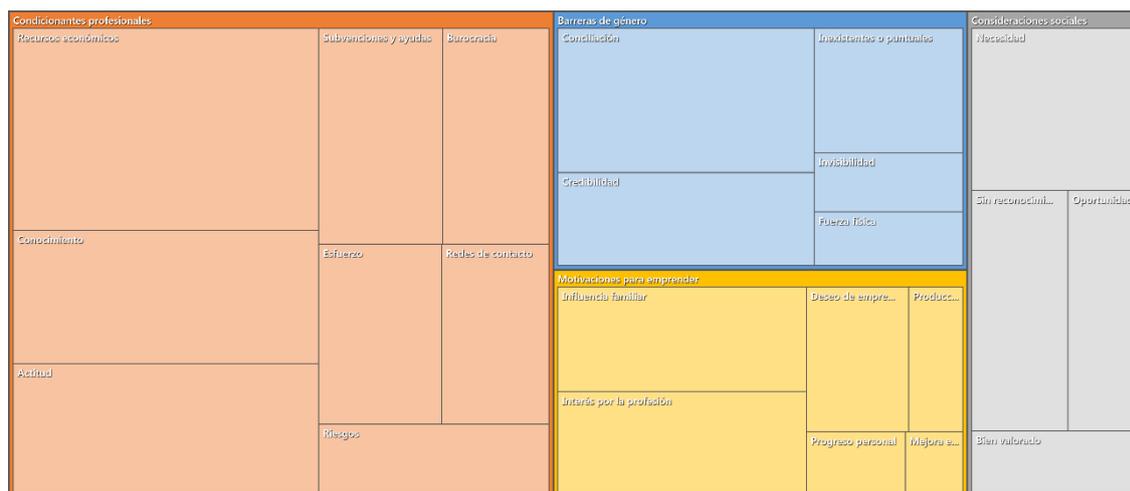
Los resultados se organizan en torno a tres bloques. En el primero de ellos se presentan los hallazgos relativos al emprendimiento de la mujer en el entorno rural. El segundo relaciona los factores referidos al emprendimiento emergidos del discurso con el grado de satisfacción de las informantes. Por último, el tercer bloque se centra en la formación para el emprendimiento de la mujer en el medio rural, atendiendo a sus contextos de aprendizaje y a las necesidades formativas detectadas.

Emprendimiento

El sistema de categorías generado desde la metacategoría raíz denominada “emprendimiento” se bifurca en cuatro ramas categoriales (condicionantes profesionales, motivaciones para emprender, consideraciones sociales y barreras de género) cuyos hallazgos principales se muestran y relatan a continuación. Su estructura jerárquica y peso referencial en el discurso (dependiente del tamaño de su casilla) se aprecia en la Figura 1.

Figura 1

Mapa jerárquico del sistema de categorías asociadas a emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

En relación con la rama categorial con mayor peso en el discurso (Condicionantes profesionales), las informantes hacen alusión a ocho tipos distintos de factores que condicionan positiva o negativamente su actividad emprendedora en el medio rural y que se recogen en la Tabla 2. La mitad de los factores aludidos (recursos económicos, subvenciones y ayudas, burocracia y riesgos), que alcanzan poco más de la mitad del peso discursivo (51.1%) recogen aspectos negativos que las informantes señalan como dificultades o barreras que repercuten desfavorablemente en su actividad emprendedora. El resto de las subcategorías (conocimiento, actitud, esfuerzo y redes de contacto) son señaladas como impulsos y factores favorecedores del emprendimiento. Cabe destacar que estos condicionantes positivos dependen de la propia persona, su actitud y empeño, mientras que los tildados como negativos son factores ajenos al control de la emprendedora.

Tabla 2

Condicionantes profesionales en función del número y porcentaje de referencias en el discurso

Categoría y subcategorías	Referencias	
	N.º	%
Condicionantes profesionales	270	100
<i>Recursos económicos</i>	67	24.8
<i>Conocimiento</i>	44	16.3
<i>Actitud</i>	43	15.9
<i>Subvenciones y ayudas</i>	29	10.7
<i>Burocracia</i>	25	9.3
<i>Esfuerzo</i>	24	8.9
<i>Redes de contacto</i>	21	7.8
<i>Riesgos</i>	17	6.3

Fuente: Elaboración propia

El factor que tiene un mayor peso discursivo (24.8%) son los recursos económicos, que son aludidos por gran parte de las informantes, principalmente en dos sentidos. Por una parte, hacen hincapié a la importancia del capital de partida para poder comenzar una actividad emprendedora, pues, como afirma una informante, emprender requiere “una inversión bastante grande, sobre todo si empiezas desde 0” (Id09). Por otra parte, y especialmente las mujeres del sector agrícola reivindican la necesidad de fijar unos precios justos para sus productos, que les permitan continuar con su actividad económica:

El que trabaja tiene que comer de lo que trabaja, no puede ser esclavo. La gente joven no quiere emprender porque si no van a comer de lo que trabajan, se convierten en esclavos de su propia empresa. El agricultor tiene que tener medios para poder vivir de lo suyo (Id10).

El conocimiento, que es el segundo factor más aludido, con un 16.3% del peso referencial, es considerado de vital importancia para el éxito y la continuidad de la empresa: “Lo primero es el conocimiento, estar segura del paso que vas a dar y tener conocimientos, porque puedes llegar a perder el capital invertido” (Id22). Destacan, a su vez, la necesidad de ampliar y renovar ese conocimiento a lo largo de los años, para lo que “es importante tener las herramientas para poder adquirir ese conocimiento” (Id19).

La actitud es el tercer condicionante más destacado por las informantes. Entre las características actitudinales principales que debe reunir una mujer emprendedora señalan principalmente la proactividad, el gusto por la actividad a desarrollar, la fijación de metas y la firmeza para alcanzarlas: “Ilusión en primer lugar, fuerza, perseverancia y tener claro lo que quieres hacer” (Id06).

Tanto las subvenciones y ayudas, como la burocracia, son vividas por las informantes como trabas en su proceso emprendedor. Las ayudas por su escasez, difícil gestión y baja rentabilidad y la burocracia por su complejidad y lentitud en su tramitación.

El esfuerzo también es destacado por gran parte de las informantes como condición necesaria para el progreso de la empresa, un esfuerzo incentivado por la responsabilidad de las informantes, como titulares de su propia empresa:

Hecho más horas de las que debería, porque te metes tanto en que funcione todo bien que te da igual trabajar un día de fiesta, más horas de la cuenta, haga frío o haga calor... Si hay trabajo para hacer en mi negocio, yo tengo que ir (Id18).

Las redes de contacto son condicionantes positivos, que las informantes consideran apoyos para el progreso empresarial. Entre ellas, destacan las redes familiares, las redes de contacto de profesionales del sector, las cooperativas y las asociaciones e instituciones como CERES (Confederación de Mujeres del Entorno Rural) o el IFAPA (Instituto de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica).

Por último, el riesgo que supone el emprendimiento, con un 6.3% de las referencias, es aludido por parte de las informantes como un factor que suma incertidumbre y dificultades a la persona que emprende. Entre los posibles riesgos las informantes destacan la responsabilidad que tienen sobre sus trabajadores (tanto económica como de seguridad frente a posibles accidentes), así como los condicionantes externos que pueden arruinar la producción, tales como tormentas, sequías, etc.

Las motivaciones que mueven a las informantes a emprender son variadas, como se observa en la Tabla 3.

Tabla 3

Motivaciones para emprender en función del número y porcentaje de referencias en el discurso

Categoría y subcategorías	Referencias	
	N.º	%
Motivaciones para emprender	96	100
<i>Influencia familiar</i>	30	31.3
<i>Interés por la profesión</i>	29	30.2
<i>Deseo de emprender</i>	17	17.7
<i>Producción de calidad</i>	9	9.4
<i>Progreso personal</i>	7	7.3
<i>Mejora económica</i>	4	4.2

Fuente: Elaboración propia

La motivación más recurrente es la influencia familiar, con un 31.3% de las referencias codificadas para esta categoría. La mayoría de las informantes proceden de familias tradicionalmente dedicadas a la agricultura o ganadería en el medio rural: "Soy agricultora, hija de agricultores, nieta de agricultores y biznieta de agricultores" (Id27). Partiendo de eso, gran parte de ellas han decidido dar continuidad y relevo generacional al negocio familiar:

Yo emprendí porque mi padre tenía ya cierta edad, se tenía que jubilar y era como seguir con la tradición familiar de toda la vida y no dejar perder lo que nos han inculcado desde niños. Entonces alguien tenía que continuar con lo que tenemos, que es de lo que vivimos (Id15).

El interés por la profesión es la segunda subcategoría más referida por las informantes, con un 30.2% de las alusiones. Las emprendedoras destacan que es imprescindible tener una fuerte conexión con la naturaleza (el campo, el aire libre, los productos naturales, etc.) para poder dedicarse a profesiones que requieren tanto esfuerzo y dedicación como la agricultura o la ganadería: "Cuando voy al campo disfruto: sentir el contacto con la tierra... Y es que a mí el olivar me ha dado mucho, no solo económicamente, sino emocionalmente" (Id03).

El 17.7% de las referencias hacen alusión al deseo de emprender, de ser dueñas de su propio negocio, como motivación para el emprendimiento, tal y como argumenta esta informante: "Soy mi propia jefa y me organizo como quiero" (Id30).

Las tres últimas motivaciones, con menos representación en el discurso son la apetencia por ofrecer una producción de calidad al mercado, con un 9.4% de las referencias; el progreso personal logrado gracias al empoderamiento otorgado por el emprendimiento (con un 7.3%) y, por último, con una escasa presencia (un 4.2% de las referencias y solo aludido por dos emprendedoras), la mejora económica, referida en uno de los casos como complemento al presupuesto familiar: "Me reconforta mucho y me da mucha satisfacción a la hora de ver que lo poco que yo pueda hacer en él [el campo] al final tenga un poco de ganancia y mi vida sea un poco mejor" (Id03).

El emprendimiento en el entorno rural, según las informantes, goza de consideraciones sociales de diferente índole. Las principales quedan recogidas en la Tabla 4.

Tabla 4

Consideraciones sociales del emprendimiento rural en función del número y porcentaje de referencias en el discurso

Categoría y subcategorías	Referencias	
	N.º	%
Consideraciones sociales	89	100.0
<i>Necesidad</i>	31	34.8
<i>Sin reconocimiento</i>	26	29.2
<i>Oportunidad</i>	20	22.5
<i>Bien valorado</i>	12	13.5

Fuente: Elaboración propia

Gran parte de las informantes, con un 34.8% del peso de las referencias a esta categoría, entienden el emprendimiento como una necesidad. Se considera una acción necesaria para el mantenimiento de la vida en los pueblos, mediante el afianzamiento de la población y el desarrollo económico y social: “Es necesario, si las mujeres no estamos en el mundo rural, desaparece, porque somos las que fijamos población en el mundo rural” (Id01). Asimismo, es tildado de necesario porque se trata de un sector primario, que produce los recursos que alimentan a la población: “La tierra se pone mínimo tres veces encima de tu mesa cada día: desayuno, almuerzo y cena. Todo eso sale de la tierra” (Id18).

A pesar de la convicción de su necesidad, parte de las informantes piensan que el emprendimiento en el sector rural carece de reconocimiento social, así el 29.2% de las referencias hacen alusión a ello. Apuntan a una falta de reconocimiento, especialmente desde las administraciones, que aseguran que no valoran su trabajo y esfuerzo, y que esto redundaría en los precios de sus productos. Respecto al reconocimiento por parte del resto de la sociedad, especialmente las emprendedoras más maduras, hacen alusión a un concepto obsoleto que relacionaba el emprendimiento con la falta de formación o recursos, discursos que paulatinamente se van superando: “Pensamos que la que trabaja en el campo es una cateta, es una burra, que no entiende de nada, que no sabe hacer nada...” (Id18).

Frente a aquellas que opinan que falta reconocimiento del sector rural, una parte de las informantes, con un peso discursivo del 13.5%, consideran que el emprendimiento rural está bien valorado, expresando ideas como: “Siempre se valora a una persona que intenta coger las riendas de su futuro” (Id19).

Un 22.5% de las referencias muestran el emprendimiento rural como una oportunidad laboral, una opción atractiva para la mujer emprendedora por sus posibilidades y recursos, especialmente en las pequeñas poblaciones, en las que escasea el trabajo por cuenta ajena: “En las zonas rurales hay más emprendedoras porque es la manera de que tengamos trabajo, es la manera de que las mujeres podamos trabajar” (Id14).

La mayor parte de las informantes revelan en su discurso barreras o trabas percibidas durante su actividad emprendedora que se relacionan con el hecho de ser mujer. Estas barreras se exponen en la Tabla 5.

Tabla 5

Barreras de género para el emprendimiento rural en función del número y porcentaje de referencias en el discurso

Categoría y subcategorías	Referencias	
	N.º	%
Barreras de género	109	100
<i>Conciliación</i>	42	38.5
<i>Credibilidad</i>	27	24.8
<i>Inexistentes o puntuales</i>	21	19.3
<i>Invisibilidad</i>	10	9.2
<i>Fuerza física</i>	9	8.3

Fuente: Elaboración propia

La conciliación de la vida profesional y familiar es la barrera más aludida por las informantes, con un 38.5% del peso discursivo. Las cargas familiares y la realización de las tareas domésticas requieren de un esfuerzo adicional por parte de la mujer emprendedora, asumido especialmente por las mujeres con descendencia, que hacen alusión a la complejidad de compaginar ambas funciones: “Llevamos mucho peso las mujeres: casa, personas dependientes... Todo eso te frena un poco a la hora de decir: voy a desarrollarme como empresaria, porque tenemos que tirar con todo para adelante” (Id01). Destacan en este sentido, el apoyo que les da la familia en el cuidado de los hijos, y la ayuda que supone contar con servicios en su entorno que les faciliten la conciliación familiar, tales como aula matinal, actividades extraescolares, etc.: “El aula matinal, es una herramienta muy buena para las mujeres que tenemos que irnos a trabajar a las 8 de la mañana. Pero me ha costado mucho trabajo conciliar la vida personal y laboral” (Id19).

La credibilidad de la mujer emprendedora es otra de las barreras emergentes del discurso de las informantes. Son varias las mujeres que aseguran que en su entorno social constantemente se duda de su valía o habilidad para el desarrollo de su profesión, y que sienten la presión de demostrar continuamente que son capaces de responder a las demandas que esta exige. Esta situación se ejemplifica en las palabras de esta mujer emprendedora del sector agrario:

Por el hecho de ser mujer nadie se espera que puedas llevar un tractor, un remolque, un camión... Cuando lo haces parece que es una maravilla y te aplauden y algunos cuando se lo cuentas parecen que son escépticos y no te creen. Luego cuando vas a llevar el género la gente se sorprende (Id9).

A su vez, sienten que esa falta de credibilidad en ocasiones genera trabas para el acceso a puestos de dirección, por ejemplo, en cooperativas. Así, una informante que actualmente ha logrado ser la presidenta de su cooperativa, denuncia los obstáculos que tuvo que superar para conseguirlo: “Eso de techo de cristal, mentira: techo de acero. Cuando quería pertenecer a la cooperativa como miembro rector y salí elegida, el consejo rector que había, no me lo permitió” (Id10).

No obstante, más de la mitad de las informantes, en el 19.3% de las referencias, manifiestan que no han sufrido trabas en su entorno laboral por razón de género, aunque suelen remitir a casos que conocen de otras compañeras del gremio que han sufrido estos obstáculos.

La invisibilidad que ha vivido la mujer rural aflora también en el discurso de las informantes, principalmente de mayor edad, que han vivido la evolución del rol de la mujer en el medio rural. Invisibilidad manifiesta en su presencia silenciosa en las tareas diarias del campo, pero ocultas a nivel oficial a efectos de cotización y remuneración:

Me casé con un agricultor y he estado trabajando a la sombra de él, como la mayoría de las mujeres agricultoras en este país. Hasta que en un momento decidí, con otra mujer,

montar una empresa agrícola, a medias las dos. La mayoría de las mujeres de este país han mantenido la explotación agraria, porque ellas no han cobrado ni han tenido seguridad social, son agricultoras, pero a la sombra de él, que es el titular. Son invisibles total, entonces yo he sido invisible hasta hace 25 años (Id27).

Esta situación de invisibilidad fue mejorada según las informantes desde la aprobación de la Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias. Sin embargo, aseguran que aún queda un largo camino por recorrer para que esta ley sea efectiva y funcional.

Por último, las informantes aluden a la menor fuerza física de la mujer respecto al hombre como la única barrera no derivada de prejuicios o estereotipos, tratándose de un obstáculo que no en todos los casos existe, como asegura esta informante: "Yo soy mujer, pero tengo dos brazos y dos piernas igual que un hombre y una cabeza, que a lo mejor tengo menos fuerza... Yo lo dudo, yo personalmente puede ser que tenga más fuerza que algunos hombres" (Id07).

También aseguran que actualmente esta desventaja con respecto a la fuerza puede ser solventada con ayuda de los avances tecnológicos y las mejoras que se implementan en el sector:

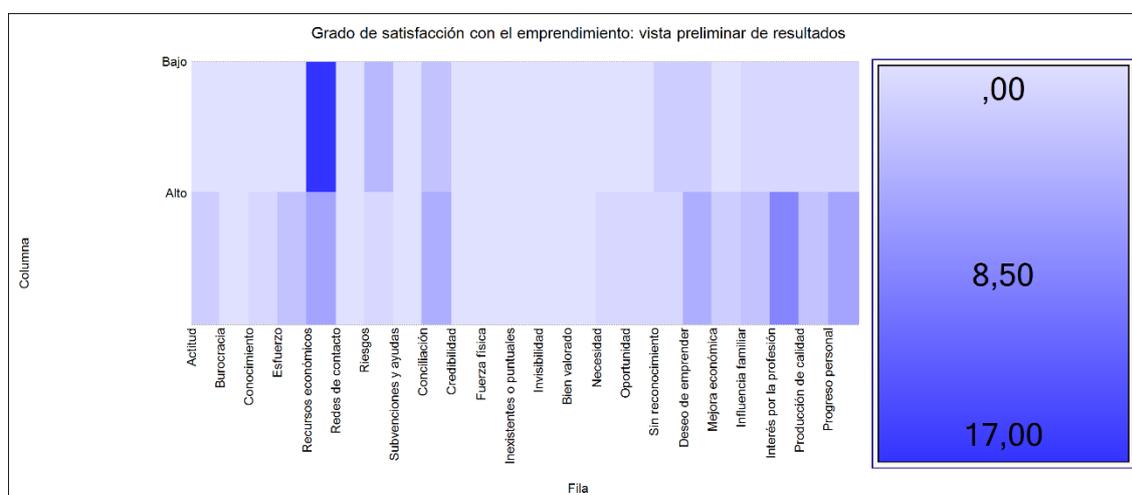
Reconozco que la diferencia que hay entre hombres y mujeres, no es de cerebro, por supuesto, pero sí de fuerza, si yo dijera que eso no es así mentiría. Gracias a Dios cada vez hay más tecnología, los materiales pesan menos, las maquinarias... es más fácil ahora para nosotras. No es lo mismo que antes (Id10).

Satisfacción laboral de las emprendedoras en el medio rural

Al cruzar los aspectos emergentes del discurso sobre emprendimiento con las alusiones de las informantes a su satisfacción o insatisfacción laboral, se revelan los factores que contribuyen al interés por emprender o a la inquietud y hostigamiento de las emprendedoras en su actividad. La Figura 2, mediante una gráfica de calor, que intensifica el sombreado de las relaciones más fuertes entre las codificaciones, muestra los factores que se asocian a la alta o baja satisfacción con el emprendimiento rural de la mujer.

Figura 2

Gráfica de calor sobre el grado de satisfacción con los diferentes aspectos del emprendimiento



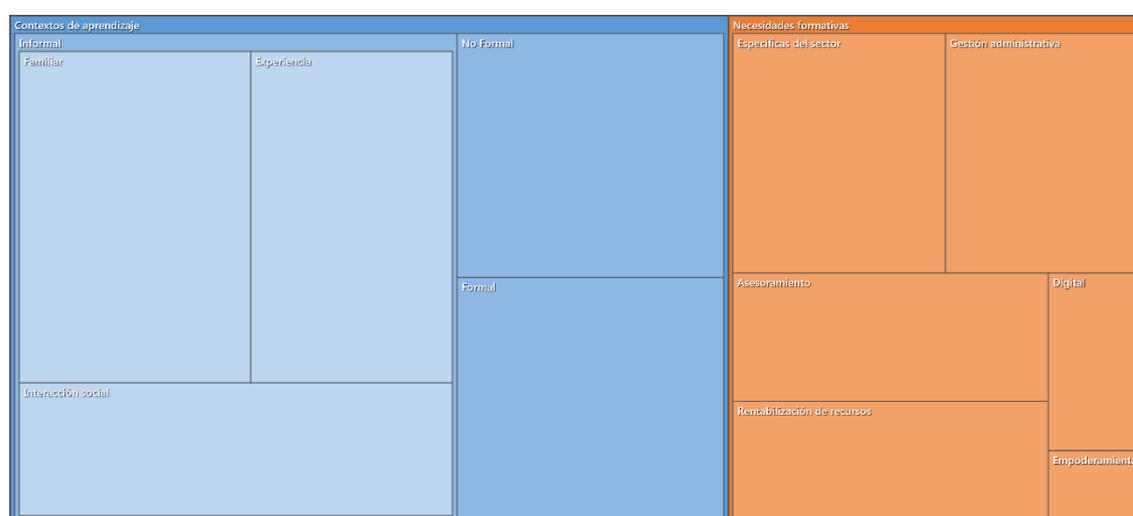
Una lectura general de la Figura 2, muestra un predominio de los aspectos que generan alta satisfacción en las informantes, mediante un sombreado más frecuente y uniforme de los elementos asociados a ella, destacando especialmente el interés por la profesión como elemento satisfactorio. Por otra parte, aunque los elementos asociados a la baja satisfacción son menos numerosos, destaca por su intensidad la categoría “recursos económicos” como el principal factor de insatisfacción de las emprendedoras, seguido de los riesgos derivados de la actividad emprendedora y de los problemas de conciliación laboral y familiar.

Formación

En la metacategoría “formación” se hallan dos categorías contenidas en ella (contextos de aprendizaje y necesidades formativas), representadas en el mapa jerárquico de la Figura 3, cuyo contenido se desarrolla en los siguientes subapartados.

Figura 3

Mapa jerárquico del sistema de categorías asociadas a formación



Fuente: Elaboración propia

En sus disertaciones sobre aprendizaje del emprendimiento rural y propuestas de mejora, las mujeres informantes hacen alusión en su discurso tanto a la educación formal, como a la no formal e informal, como se aprecia en la Tabla 6.

Tabla 6

Contextos de aprendizaje de la mujer emprendedora en función del número y porcentaje de referencias en el discurso

Categoría y subcategorías	Referencias	
	N.º	%
Contextos de aprendizaje	101	100
<i>Formal</i>	19	18.8
<i>No Formal</i>	19	18.8
<i>Informal</i>	63	62.4
<i>Familiar</i>	24	23.8
<i>Experiencia</i>	21	20.8
<i>Interacción social</i>	18	17.8

Fuente: Elaboración propia

La educación formal y no formal comparten porcentaje de alusión en el discurso de las informantes (18.8%), aunque no comparten sentido y significado. Las alusiones a la educación no formal se centran en señalar la necesidad y pertinencia de los cursos de formación continua para la actualización constante del aprendizaje y el progreso del negocio, como se aprecia en el siguiente fragmento: “Me ayudó la formación continua, la vida es un constante aprender, para que tu negocio siga para adelante tienes que estar informada” (Id8). Sin embargo, en las alusiones a la educación formal recibida existen controversias, mientras que algunas la valoran y le encuentran aplicación en su actividad actual: “Lo que aprendí en FP me ayuda con la administración. Todo lo que sepas hacer te ayuda (Id04)”; otras no le otorgan un papel determinante: “El bachillerato no tenía nada que ver” (Id02). Por otra parte, en cuanto a la formación formal, son varias las empresarias que demandan que esta incluya más contenidos relativos al medio rural y que acerque a las nuevas generaciones al sector y al emprendimiento: “Hay muchos niños de la capital que no tienen esa posibilidad y que no lo conocen. No tienen la posibilidad de elegir” (Id11); “Desde el mismo sistema educativo habría que incentivar el emprendimiento y que vean que hay oportunidades” (Id05).

El contexto de aprendizaje más referido por las informantes es la educación informal, con un 62.4% de las referencias de esta categoría. Este, a su vez, se desglosa en tres situaciones de aprendizaje informal que destacan las informantes. En primer lugar, señalan el entorno familiar como fuente de conocimiento (con un 23.8%), especialmente para iniciarse en el sector:

Toda la importancia la tienen mis padres, que nos lo han puesto en bandeja. Tan solo he hecho un curso, pero ya llevaba 5 años en la granja cuando lo hice. En mi caso, me enseñó la familia, lo que yo hago no se aprende en el colegio (Id26).

La experiencia, con un 20.8% de las referencias, es otra de las fuentes de aprendizaje informal percibida por las informantes: “Es una cosa que se aprende viviéndolo. Quien te enseña realmente es el día a día” (Id23). Por último, la interacción social con otras personas del entorno rural, profesionales y otros empresarios del sector, con un 17.8% de las referencias, es considerada otra fuente clave de aprendizaje y de actualización: “Cada año va surgiendo algo y unos con otros vamos aprendiendo. Los peritos también traen muchas novedades” (Id20).

Las mujeres entrevistadas señalan seis aspectos en los que consideran necesario formarse para poder emprender en el entorno rural. Estos pueden observarse en la Tabla 7.

Tabla 7

Necesidades formativas para el emprendimiento rural en función del número y porcentaje de referencias en el discurso

Categoría y subcategorías	Referencias	
	N.º	%
Necesidades formativas	59	100
Específicas del sector	15	25.4
Gestión administrativa	14	23.7
Asesoramiento	12	20.3
Rentabilización de recursos	11	18.6
Digital	5	8.5
Empoderamiento	2	3.4

Fuente: Elaboración propia

El mayor número de alusiones a necesidades formativas (25.4%) se dirigen hacia contenidos y habilidades específicas del sector en el que emprenden: “Que tenga que ver con lo que se quiere hacer: el campo cómo va, qué tipo de terreno tenemos, qué tipo de producto se puede usar, qué cultivo es mejor, cómo se haría...” (Id28). La formación sobre gestión administrativa ocupa la segunda posición en porcentaje de alusiones (23.7%), considerándose necesaria para la resolución de trámites administrativos y burocracia, así como para “llevar la contabilidad de una empresa” (Id21). También, entre las cuestiones más destacadas por las informantes, con un 20.3% de las alusiones, se encuentra la necesidad de asesoramiento, de una guía, no solo para iniciar y desarrollar el proyecto emprendedor, sino también para darle continuidad y resolver las problemáticas que surjan durante su desarrollo. Así, varias aseguran pertenecer a asociaciones o cooperativas que les dan ese soporte: “Tengo respaldo, somos socios de la cooperativa y ante una duda, inmediatamente voy allí” (Id29). Muy cerca en porcentaje de alusiones, con un 18.6% de las referencias, las informantes proponen formación relativa a la rentabilización de los recursos del entorno, a conocer el contexto, sus posibilidades de emprendimiento y las carencias y necesidades empresariales de la zona, para asegurar el éxito de la empresa: “Saber en qué sitio estás, qué salidas puede tener lo que quieras hacer y si es viable lo que quieres hacer en el sitio en el que estás” (Id13).

Las necesidades formativas presentes en el discurso que acumulan menos referencias son la formación en materia digital y para el empoderamiento de la mujer, con un 8.5% y un 3.4% respectivamente. Se propone una formación digital centrada en el progreso de la empresa y en su mayor alcance: “Porque con la tecnología, con las redes... puedes vivir en los pueblos y llegar a muchos más sitios.” (Id14). Por último, la formación para el empoderamiento de la mujer es mencionada por dos de las informantes pues consideran que:

Aquí hace mucha falta que a las mujeres les den cursos de empoderamiento porque eso las aviva y tienen ganas de emprender y de hacer cosas. Y eso no te das cuenta hasta que no vas a un sitio de estos (Id2).

Conclusiones y Discusión

Los factores exógenos son considerados como negativos (recursos económicos, subvenciones y ayudas, burocracia y riesgos) mientras que las características personales de las emprendedoras (conocimiento, actitud, esfuerzo y redes de contacto) son consideradas como positivas. En consonancia, en otros contextos rurales, se ha achacado a la falta de financiación y de educación de las mujeres como uno -entre otros- de los factores que determinan su falta de emprendimiento (Li et al., 2019), lo que nos evidencia que nos encontramos ante una tendencia discriminatoria que se perpetúa a nivel internacional. En nuestro análisis, ambos factores se encuentran prácticamente igualados en su peso discursivo, aunque la evidencia apunta que son los factores relacionados con las características personales los más determinantes para el emprendimiento (Martínez-García et al., 2019), lo que apunta hacia la necesidad de fomentar la competencia emprendedora tal y como ha sido definida dentro del sistema educativo español en tanto toda educación es para la acción (Azqueta, 2019; Marina, 2010).

En este sentido, es interesante destacar como el conocimiento es la dimensión que obtiene un mayor peso discursivo y sobre el que se habla de su caducidad y, por tanto, de la necesidad de la formación continua.

Igualmente interesante es el encontrarse insertas en redes de contacto, esto es, formar parte de un ecosistema emprendedor positivo. Los valores culturales de un territorio afectan al tipo y grado de emprendimiento que se genera (y al revés) (Jaén et al., 2013) de forma que la influencia del contexto sociocultural es una variable que tener en consideración en futuros estudios.

En cuanto a las motivaciones para emprender, es interesante destacar con un 47.9% de alusiones (casi la mitad) lo que podríamos considerar como motivaciones intrínsecas (interés en la profesión y deseo de emprender). Así, el elemento que se encuentra más relacionado con la satisfacción con el emprendimiento es precisamente lo que hemos denominado como el interés por la profesión. Por el contrario, y por orden de relevancia, nos encontramos con los recursos económicos, los riesgos derivados de la actividad emprendedora y los problemas de conciliación como los factores que más determinan la insatisfacción con la carrera emprendedora.

Como motivaciones extrínsecas podríamos destacar la influencia familiar, la producción de calidad, el progreso personal y la mejora económica, dimensiones que suman un 52.2%, por lo que podríamos hablar de cierta paridad en las motivaciones intrínsecas y extrínsecas. No obstante, la producción de calidad y el progreso personal podrían entenderse dentro de las denominadas por el profesor Pérez López como motivaciones trascendentes en tanto se añade una dimensión ética a las teorías clásicas de la motivación reseñando la importancia de tener en cuenta los efectos que produce nuestra acción sobre los demás (López-Jurado y Gratacós, 2013). En este sentido, es importante reconocer la necesidad de una formación multidisciplinar de las futuras emprendedoras donde se tengan en cuenta conocimientos no solo estrictamente empresariales, sino también éticos (Azqueta, 2019; Marina, 2010; Vázquez-Parra, et al., 2022). De hecho, en una reciente investigación donde se analiza el estado de la opinión del ecosistema de personas expertas en orientación y empleo de ámbito internacional, nacional y autonómico se señala la necesidad de trabajar con las características personales de las emprendedoras (tales como su motivación) y con su desarrollo competencial. Del mismo modo, se recalca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor en tanto oportunidad y respuesta a necesidades sociales (García y Cortés, 2020).

Con respecto a la consideración social del emprendimiento, aunque el emprendimiento rural se entiende como una actividad necesaria para la propia supervivencia de la sociedad, se apunta a su falta de reconocimiento (29.2% frente al 13.5%) en consonancia a lo que ocurre en otros contextos (Annes y Wright, 2016; Ball, 2020; Wright y Annes, 2016).

El género, por su parte, y sus dimensiones asociadas, tienen un peso discursivo del 80.8% en contraposición al 19.3% de referencias que apuntan a que no se ha sufrido ningún tipo de traba en función del género. En este sentido, destaca la falta de conciliación y la credibilidad de la mujer como las dimensiones más significativas, ejemplos claros del despliegue del poder en torno a la categoría género (Scott, 2015). La credibilidad se refiere a la falta de valoración de la mujer para ejercer trabajos típicamente masculinos, así como a la hora de ejercer puestos de responsabilidad.

Con respecto a los contextos de aprendizaje se observa la relevancia de los formales y no formales como espacios donde (sobre todo en los formales) se recalca la necesidad de desarrollar la competencia emprendedora. No obstante, es relevante señalar el importante espacio discursivo que se dedica a los contextos informales destacando las influencias tanto de la familia -cuyo influjo positivo ha sido constatado en distintos contextos (Georgescu y Herman, 2020)-, como de la experiencia y la interacción social (Lévy-Leboyer, 2003; Rodríguez, 2018). Encontramos confirmación de esta tendencia en la investigación internacional donde algunas investigadoras apuntan cómo las mujeres propietarias de pequeños negocios prefieren aprender a través de sistemas de tutoría o a través de los contactos de que disponen (Sharafizad, 2018), es decir, el capital social guarda una estrecha relación con el grado y tipo de emprendimiento (Putro et al., 2022; Rodríguez y Urbiola, 2019). No obstante, aunque cada vez es más importante el papel del aprendizaje informal en las organizaciones para potenciar el desarrollo profesional de los/as trabajadores/as (Moore y Klein, 2019), nos encontramos igualmente con una importante brecha de

género en este sentido (Annes y Wright, 2016; Wright y Annes, 2016) toda vez que, parece ser, que son las mujeres las que menos se benefician de estos aprendizajes en contextos organizacionales (Pineda-Herrero et al., 2017).

De forma coherente con lo anterior, mientras que las necesidades formativas que tienen que ver con el propio sector de actividad, la administración o la rentabilización de recursos (entre otras) pueden ser cubiertas desde los contextos formales y no formales de aprendizaje, aparece con un 20.3% de las alusiones la importancia del asesoramiento, una necesidad directamente relacionada con la importancia del aprendizaje informal y con escasa incidencia en la literatura científica sobre orientación profesional (Palomares et al., 2019). Por tanto, se destaca la relevancia e interés observados por los contextos informales de aprendizaje. Esto no quiere decir que los formales y no formales carezcan de relevancia, pero, posiblemente, esta evidencia ponga de manifiesto la necesidad, tanto de los poderes públicos como de los académicos, de prestar más atención a estos contextos de desarrollo personal y profesional, tal y como se señala desde diferentes contextos internacionales (Pigozne et al., 2019).

El desarrollo de la orientación profesional como favorecedora de la empleabilidad y el emprendimiento se ha convertido en uno de los grandes ejes de las políticas activas de empleo en la Unión Europea. No obstante, esta investigación se ha centrado en profundizar en determinadas dimensiones que afectan al tipo y grado de emprendimiento de las mujeres en el ámbito agrario rural andaluz, aspectos clave que tienen que ver con la demanda de los usuarios del servicio Andalucía Orienta de encontrar a técnicos con un mayor conocimiento sobre el mundo de las profesiones ya que se echa de menos una mayor especialización en sectores de actividad concretos, así como en mercados de trabajo locales (Almagro-Gavira et al., 2018). Como apuntamos al inicio, en este sentido debe entenderse este trabajo, como una aportación al conocimiento de los/as técnicos/as de orientación profesional dentro de un sector y un género muy especiales.

Esta investigación adolece de las principales limitaciones de todos los diseños cualitativos: su escasa generalización (Flick, 2015). No obstante, esta no ha sido su pretensión, sino la de profundizar en el conocimiento de una realidad profesional desde el punto de vista del género.

Referencias bibliográficas

- Abad, B. (2016). Investigación social cualitativa y dilemas éticos: de la ética vacía a la ética situada. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 34, 101-120. <https://doi.org/10.5944/empiria.34.2016.16524>
- AEA. Equipo técnico del Área de Estudios y Análisis. Andalucía Emprende, Fundación pública Andaluza (2020). *Análisis de la situación de las mujeres emprendedoras en el medio rural. Área de Estudios y Análisis. Dirección de Gestión del Conocimiento y Tecnología. Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía y Conocimiento. Junta de Andalucía.* https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2017/05/160421_Estudio-Mujer-Emprendedora-Rural_V7.pdf
- Almagro-Gavira, L.M., Padilla-Carmona, M.T. y Manzano-Soto, N. (2018). Formación y perfil competencial de los técnicos de orientación profesional del programa Andalucía Oriental. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 29(3), 131-151. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.29.num.3.2018.25619>

- Álvarez, J.L. (2004). Los escenarios de la Educación: espacios formales, no formales, informales. En, M.M. Pozo, J.L. Álvarez, J. Luengo y E. Otero (Eds.), *Teorías e instituciones contemporáneas de educación*, 1ª ed., (pp. 109-130). Biblioteca Nueva.
- Annes, A. y Wright, W. (2016). Value-added agriculture: a context for the empowerment of French women farmers? *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 97(3), 185-201. <https://doi.org/10.1007/s41130-016-0034-1>
- Annes, A., Wright, W. y Larkins, M. (2021). A woman in charge of a farm: French women farmers challenge hegemonic femininity. *Sociologia Ruralis*, 61(1), 26-51. <https://doi.org/10.1111/soru.12308>
- Azqueta, A. (2019). Análisis del concepto 'emprendedor' y su incorporación al ámbito educativo. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 31(1), 57-80. <https://doi.org/10.14201/teri.19756>
- Ball, J.A. (2020). Women farmers in developed countries: a literature review. *Agriculture and Human Values*, 37, 147–160. <https://doi.org/10.1007/s10460-019-09978-3>
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. En A. Lucas y A. Noboa (Eds.), *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos*, 1ª ed., (pp. 221-263). Fragua.
- DRIFA. D.G. Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria (2021). *Diagnóstico de la igualdad de género en el medio rural 2021*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Gobierno de España. https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/diagnostico_igualdad_mediator_rural_2021_tc_m30-615197.pdf
- España. Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias. [Internet]. Boletín Oficial del Estado, núm. 240, de 05/10/2011. [Consultado el 08 de enero de 2021]. Disponible en <https://www.boe.es/eli/es/l/2011/10/04/35/con> (Última actualización publicada el 05/10/2011).
- España. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. [Internet]. Boletín Oficial del Estado, núm. 340, de 30/12/2020. [Consultado el 14 de enero de 2021]. Disponible en <https://www.boe.es/eli/es/lo/2020/12/29/3> (Última actualización publicada el 30/12/2020).
- España. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional. [Internet]. Boletín Oficial del Estado, núm. 78, de 01/04/2022. [Consultado el 04 de abril de 2022]. Disponible en <https://www.boe.es/eli/es/lo/2022/03/31/3/con> (Última actuación publicada el: 01/04/2022).
- Fernández, C., García, O. y Galindo, E. (2017). *Escuela o barbarie: entre el neoliberalismo salvaje y el delirio de la izquierda*. AKAL.
- Flick, U. (2015). *El diseño de la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Gálvez, L. y Matus, M. (2010). *Trabajo, bienestar y desarrollo de las mujeres en el ámbito rural andaluz: estudio para el diseño de políticas de igualdad y desarrollo*. Instituto Andaluz de la Mujer.
- García, J.L. y Cortés, A. (2020). ¿Qué propone la orientación profesional ante las políticas de empleo de la España postcrisis? Un análisis cualitativo. *Revista de Investigación Educativa*, 38(1), 89-108. <https://doi.org/10.6018/rie.324771>

- Georgescu, M.A. y Herman, E. (2020). The impact of the family background on students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis. *Sustainability*, 12(11), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Jaén, I., Fernández-Serrano, J. y Liñán, F. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de Economía Mundial*, 35, 21-45.
- Lévy-Leboyer, C. (2003). *Gestión de las competencias*. (1ª ed.). Gestión 2000.
- Li, C., Ahmed, N. y Qalati, S.A. (2019) Impact of Gender-Specific Causes on Women Entrepreneurship: An Opportunity Structure for Entrepreneurial Women in Rural Areas. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 8(1), 1-9.
- López-Jurado, M. y Gratacós, G. (2013). Elegir enseñar: propuesta del modelo antropológico de la motivación de Pérez López aplicada al ámbito de la educación. *Estudios sobre educación*, 24, 125-147.
- Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz. En C. Lopezosa, J. Díaz-Noc y L. Codina (Eds.), *Methodos. Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social*, 1ª ed., (pp. 88-97). Universitat Pompeu Fabra. <http://dx.doi.org/10.31009/methodos.2020.i01.08>
- Lorente, R. (2012). *La formación profesional según el enfoque de las competencias. La influencia del discurso europeo en España*. (1ª edición). Octaedro.
- Manso, J. y Thoilliez, B. (2015). La competencia emprendedora como tendencia educativa supranacional en la U.E. *Bordón*, 67(1), 85-99. <http://doi.org/10.13042/Bordon.2015.67106>
- Marina, J.A. (2010). La competencia de emprender. *Revista de Educación*, 351, 49-71.
- MARM. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011). *El Diagnóstico de la Igualdad de Género en el Medio Rural. Secretaría General Técnica. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino*. https://www.mapa.gob.es/es/develop-rural/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/DIAGN%C3%93STICO%20COMPLETO%20BAJA_tcm30-101391.pdf
- Martínez-García, I., Padilla-Carmona, M.T. y Suárez-Ortega, M. (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de Investigación Educativa*, 37(1), 129-146. <http://doi.org/10.6018/rie.37.1.320911>
- Moore, A. y Klein, J. (2019). Facilitating Informal Learning at Work. *Organizational training and performance*, 64, 219-228. <https://doi.org/10.1007/s11528-019-00458-3>
- Palomares, D., Chisvert, M.J. y Suárez, M. (2019). Formación y orientación para el emprendimiento: lo que dicen la bibliometría y los emprendedores noveles. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 30(1), 131-149. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.30.num.1.2019.25198>
- Pigozne, T., Luka, I. y Surikova, S. (2019). Promoting youth entrepreneurship and employability through Non-Formal and informal learning: the Latvia case. *Center for Educational Policy Studies Journal*, 9(4), 129-150. <https://doi.org/10.26529/cepsj.303>
- Pineda-Herrero, P., Ciraso-Calí, A. y Arnau-Sabatés, L. (2017). PIAAC results on opportunities for informal learning in the workplace in Spain / resultados PIAAC sobre las oportunidades para el aprendizaje informal en el puesto de trabajo en España, *Cultura y Educación*, 29(1), 151-182. <https://doi.org/10.1080/11356405.2017.1278938>

- Putro, H.P.N., Rusmaniah, R., Mutiani, M., Jumriani, J. y Subiyakto, B. (2022). The relevance of social capital in efforts to develop entrepreneurship education. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 16(3), 412-417. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v16i3.20384>
- Rodríguez, M.T. y Urbiola, A.E. (2019). Capital social y emprendimiento: reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 85, 397-420. <http://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23784>
- Rodríguez, J.L. (2018). Educación informal, vida cotidiana y aprendizaje tácito. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 30(1), 259-272. <https://doi.org/10.14201/teoredu301259272>
- Santamaría, E. y Carbajo, D. (2019). Emergencias de la crisis: figuras antiheroicas del emprendimiento juvenil en España. *Política y Sociedad*, 56(1), 191-211. <https://doi.org/10.5209/poso.60030>
- Scott, J. (2015). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En M. Lamas (Comp.), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*, 2ª ed., (pp. 252-289). Bonilla Artigas Editores.
- Sharafizad, J. (2018). Informal learning of women small business owners. *Education + Training*, 60(1), 82-103. <http://doi.org/10.1108/ET-01-2017-0006>
- Stake, R.E. (2013). *Multiple Case Study Analysis*. Guilford Press.
- Stake, R.E. (2020). *Investigación con estudio de casos*. Morata.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.
- Tejada, J. y Ruiz, C. (2016). Evaluación de competencias profesionales en Educación Superior: Retos e implicaciones. *Educación XX1*, 19(1), 17-38, <https://doi.org/10.5944/educXX1.12175>
- Van Dijk, T. (2007). Análisis del discurso ideológico. *Estudios de comunicación y política*, (6), 15-43.
- Vázquez-Parra, J.C., García-González, A. y Ramírez-Montoya, M.S. (2022). Ethical education and its impact on the perceived development of social entrepreneurship competency. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(2), 369-383. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2021-0012>
- Wright, W. y Annes, A. (2016). Farm women and the empowerment potential in value-added agriculture. *Rural Sociology*, 81(4), 545-571. <https://doi.org/10.1111/ruso.12105>

Fecha de entrada: 20 de abril de 2023

Fecha de revisión: 26 de junio de 2023

Fecha de aceptación: 23 de agosto de 2023