



EBOOK:

Emprendimiento femenino en Turismo

Mujer y Turismo

Andalucía lab

01



Introducción

02



Marco conceptual y metodología de realización

- Metodología
- Techos de cristal
- Metodología de realización

Mujer y Turismo

Marco actual de la mujer en el turismo digital



03



04

Emprendedoras andaluzas participantes

05



Think tank Emprendimiento, Mujer y turismo

- La Agenda 2030 para el desarrollo sostenible y el Plan General del turismo sostenible de Andalucía Meta 2027
- Sesiones think tank grupales Andalucía Lab
- Conceptos trabajados en las acciones que promueven la igualdad de género

¿Qué oportunidades ofrece el sector turístico andaluz a las mujeres?

- Mapa de oportunidades dentro del sector turístico
- Retos de la mujer emprendedora en turismo



06



07

Conclusiones ebook

08



Bibliografía sobre mujer y turismo

01

Introducción

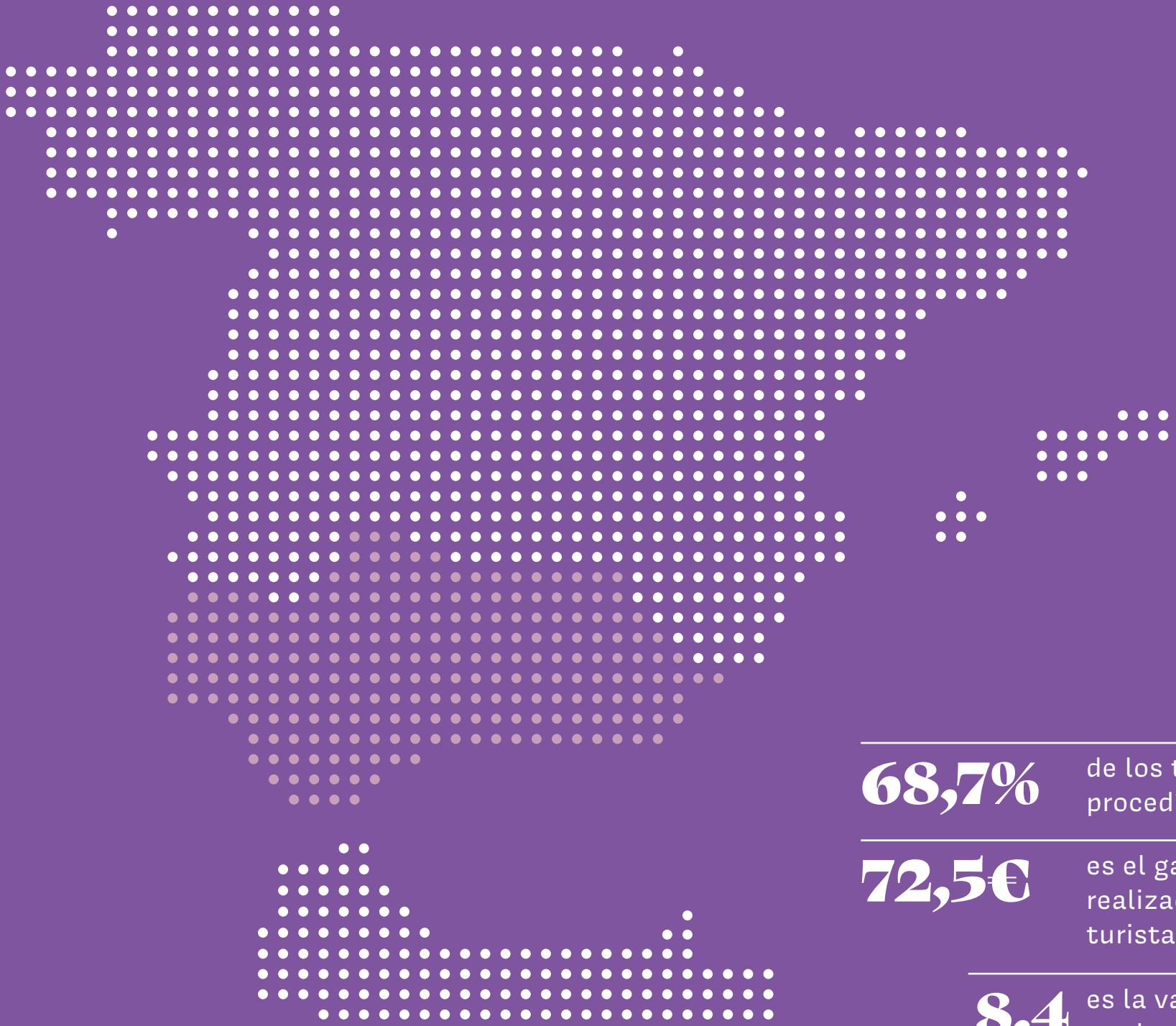
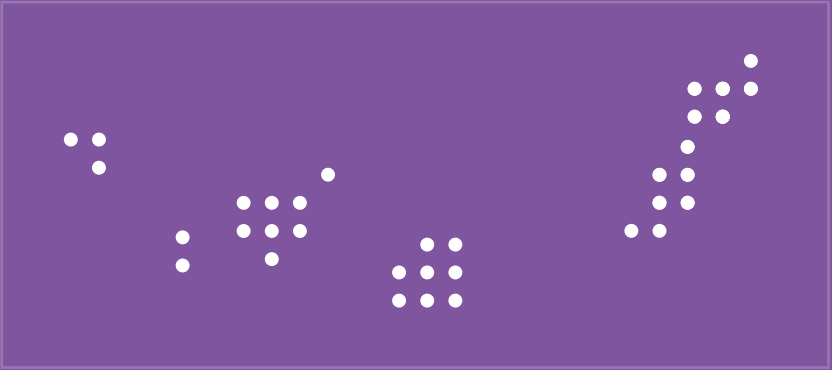
El turismo, sin lugar a duda, se ha convertido, sobre todo en las últimas décadas, en un **sector en el que existe un crecimiento constante** y supone una de las fuentes de mayores ingresos en Andalucía, así como uno de los ámbitos que genera mayor empleo en todas las provincias andaluzas.

Si bien en los últimos dos años, la pandemia provocada por la covid-19 ha sembrado un antes y un después en el turismo a nivel mundial, cabe destacar que **los datos de visitantes en Andalucía en el último año han batido récords en algunos de los destinos de la comunidad, situándose, en algunos casos, en cifras iguales o superiores al año 2019.**

Según los datos del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía, el número de turistas que recibió **la comunidad andaluza el pasado año 2022 alcanzó los 30,77 millones**, un 54% más que en 2021.

Entre estos datos cabría destacar:

- **El 68,7% de los turistas procedía de España**, es decir, sigue manteniéndose la tendencia positiva con relación al turismo nacional desde antes de la pandemia.
- **El gasto medio diario realizado por los turistas en Andalucía fue de 72,5 euros**, un 5,8% superior al del año anterior. Un dato muy significativo teniendo en cuenta la situación económica actual, en la cual el precio de los servicios ha sufrido diferentes subidas a lo largo de los dos últimos años.
- **La valoración dada por los turistas a Andalucía fue de un 8,4 sobre 10**, de lo que se puede deducir que la comunidad crece en calidad turística.
- **Córdoba, con un 8,8, y Cádiz, Jaén y Sevilla, con un 8,7**, fueron las provincias que alcanzaron la valoración más alta.



68,7%	de los turistas procedía de España
72,5€	es el gasto medio realizado por los turistas en Andalucía
8,4	es la valoración dada por los turistas a Andalucía
8,8	es la valoración de Córdoba
8,7	es la valoración de Cádiz, Jaén y Sevilla

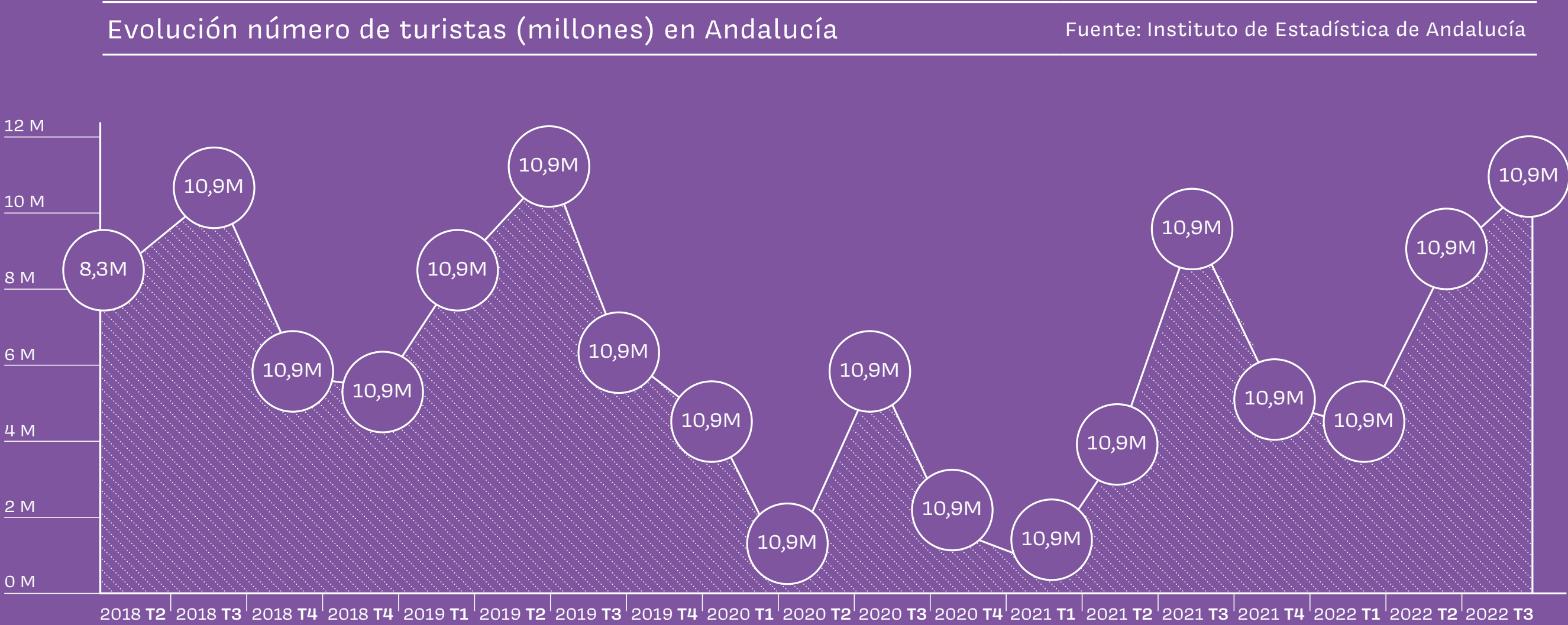


¿Quién puede imaginar una Costa del Sol sin Turismo?

Ahora podríamos imaginarlo porque hemos podido vivir una pandemia.

Pero, después de todo lo ocurrido, ¿quién imagina la Alpujarra granadina sin las visitas de miles de personas cada invierno buscando un plato gastronómico típico o el calor de una chimenea en un entorno mágico? ¿Cómo se gestiona que cada año la Alhambra de Granada se consagre como el Monumento más visitado a nivel nacional? ¿Cómo se gestiona el hospedaje y distribución de la visita de miles de turistas cada año a la Mezquita-Catedral de Córdoba o a la Fiesta de los Patios de Córdoba en mayo?

Por todos estos factores, en el presente ebook se ofrece una visión de la presencia del turismo en la comunidad andaluza, en concreto, a través de mujeres que han decidido desarrollar un proyecto emprendedor en alguna de las ocho provincias andaluzas, y como no podía ser de otra forma, todos ellos son proyectos relacionados con el turismo.



02

Marco conceptual y metodología de realización



2.1 Marco conceptual

Las mujeres emprendedoras protagonistas de esta publicación responden a **perfiles variados**, reflejo de la propia sociedad en la que se encuentran. Así, se contemplan estructuras familiares de muy diversa índole: mujer casada con hijos, mujer separada con hijos, mujer con pareja sin hijos, mujer soltera con animales de compañía y toda la diversidad que puede ofrecer la sociedad.

El rasgo común que las une a todas ellas es el hecho de que **son mujeres emprendedoras y desarrollan una actividad empresarial relacionada con el turismo**, directa o indirectamente, pero en el ámbito personal, como queda dicho, presentan un amplio abanico de opciones vitales diversas.

Tenemos la suerte de contar con organismos que pueden ayudarte a hacer realidad un proyecto de emprendimiento y que estos centros aporten tecnología y clientes, elementos que en determinadas situaciones valen más que el dinero.

← Esther Rodríguez, de [My Street Book](#)



2.2 Techos de cristal

Cuando se realiza cualquier estudio relacionado con el género, se analiza el denominado **techo de cristal**, que es **la limitación del ascenso laboral, sobre todo, de las mujeres o de algunos sectores de la sociedad que están desfavorecidos en este sentido**.

El concepto de techos de cristal es fundamental para comprender el presente *ebook*, **Emprendimiento femenino en turismo**, pues según todos los datos extraídos, aún existe poca representación de la mujer en altos cargos de empresas de todos los sectores, si bien, hay sectores en los que esta desigualdad es aún más patente.

Centrándose en el ámbito y el contexto que aquí se trata, encontramos pocas mujeres líderes en todas las opciones empresariales del ámbito del turismo, si bien observaremos que en ciertas parcelas la representación femenina es notoriamente escasa, como es el caso del sector pesquero, por ejemplo.

Así, los techos de cristal son concebidos como esas **barreras invisibles que todavía existen para el ascenso laboral de la mujer**,

sobre todo, para acceder a puestos de altos cargos directivos, que en su mayoría son ocupados por hombres.

Cabe destacar que, después del estudio aquí realizado, se ha confirmado **la escasez de estudios oficiales de género en el ámbito turístico**, y como fuente de información de este *ebook* se ha contado con uno de los pocos libros que profundizan en el concepto techo de cristal, sus consecuencias y las soluciones que se proponen al respecto.

También se ha contado con análisis realizados en otros *ebook* como **Mujer y entorno laboral**, en el que se estudia la actualidad del mundo laboral bajo la perspectiva de género, los techos de cristal, la precarización de la mujer trabajadora, la brecha salarial y la legislación actual en este contexto.

Las mujeres entrevistadas en el presente *ebook* rompen con esa norma de los techos de cristal, pues son **directoras, emprendedoras y trabajadoras de proyectos relacionados con el turismo**.

→

Desarrollo de políticas de empleo en aras de la igualdad de género

Según estudios de la Organización Mundial del Trabajo (OMT), la presencia de mujeres en el empleo turístico alcanza niveles muy significativos. Sin embargo, existe una gran concentración femenina en los escalafones más bajos, ocupando a menudo trabajos precarios, debido a importantes limitaciones de índole cultural y social. En suma, aparecen diferencias de oportunidades por áreas geográficas, así como a nivel de contexto, en referencia al entorno rural o urbano.

Es fundamental que las políticas de empleo atiendan a las necesidades y prioridades de las trabajadoras y emprendedoras turísticas, en aras de fomentar un clima de igualdad y seguridad en los diferentes puestos del tejido productivo de la industria y de eliminar las barreras principales que las mujeres encuentran en su carrera profesional.

Efecto *groupthink*

Las empresas turísticas necesitan alcanzar mayores cotas a la hora de crear equipos con diversidad, perdiendo la perspectiva y provocando el efecto *groupthink*, fenómeno en el

que se forman grupos únicamente con personas que comparten la misma visión del mundo, reprimiendo otras percepciones y obviando los cambios. Esta circunstancia provoca una reducción en competitividad y sostenibilidad social.

Estereotipos y necesidad de corresponsabilidad

En relación al emprendimiento en turismo, las emprendedoras suelen encontrar ciertas dificultades a la hora de acceder a la financiación, unido al estereotipo de su papel dentro de la unidad familiar, vinculado a la maternidad y al cuidado del hogar. Esta desigualdad de oportunidades ocasiona la perpetuación de puestos con salarios más bajos y mayores niveles de flexibilidad.

La sostenibilidad del modelo turístico incluye la igualdad de género y de oportunidades dentro del sector.

Empresas *family friendly*

Uno de los pilares fundamentales del proyecto es reflexionar e investigar si existe conciliación familiar para la mujer que decide desarrollarse profesionalmente o si existe mayor conciliación en el sector de las muje-

[Networking liderazgo femenino y turismo | Andalucía Lab →](#)



Según la OMT las mujeres trabajan las ²/₃ partes de las horas de trabajo del mundo y perciben sólo el 10% de los salarios.

res emprendedoras, así como indagar en el concepto de empresas *family friendly*.

Las empresas *family friendly* son aquellas empresas familiarmente responsables, que facilitan la conciliación y que buscan el bienestar de sus trabajadores y trabajadoras, consiguiendo que puedan tener equilibrio entre trabajo y familia.

Además, en este punto será necesario hacer mención a los techos de cristal, que son las limitaciones veladas del ascenso laboral de las mujeres al interior de las organizaciones o empresas. Estas limitaciones, ¿aumentan o disminuyen?

El testimonio de mujeres relacionadas con el turismo es una muestra de la variedad de perfiles en torno a las profesiones relacionadas con este estudio, formado por mujeres con diferentes estructuras familiares, distintas edades y muy diferentes proyectos.

Según la RAE, el empoderamiento es la acción de empoderar o hacer poderoso a un desfavorecido, en este caso, la mujer.

Así, el empoderamiento femenino hace mención a volver poderosa a la mujer en un

contexto de desigualdad, donde juega con desventaja respecto al hombre, y esta es sin duda la principal reivindicación tanto en el ámbito del turismo como en otros sectores.

Si hablamos de la historia del concepto empoderarse, proveniente del inglés *empowerment*, habría que remontarse a la Conferencia Mundial de las Mujeres de las Naciones Unidas, celebrada en Beijing en el año 1995.

El objetivo principal del evento era conseguir el aumento de la participación de las mujeres, tanto en la toma de decisiones, como en el acceso al poder o cargos de importancia.

Para lograr este empoderamiento se marcaron dos objetivos en la estrategia a poner en práctica:

- 1. **Garantía de acceso y participación activa** en la toma de decisiones y en el poder.
- 2. **Conseguir aumentar las capacidades de las mujeres** para lograr adoptar decisiones y estar presentes en los niveles directivos de las empresas o proyectos.

Es importante fomentar el emprendimiento desde las aulas, mostrando ejemplos, promoviendo la creatividad y poniendo especial énfasis en que las niñas aprendan también a pensar a lo grande.

Esther Reinoso, de [Alpujarra Experience](#) ↓



La ONU Mujeres (www.unwomen.org) afirma que para conseguir el empoderamiento femenino **es fundamental conseguir primero el empoderamiento en el ámbito económico**, es decir, el **acceso a salarios más dignos**, porque la diferencia entre sexos provoca que en multitud de ocasiones la mujer acceda sólo a trabajos precarios y mal pagados.

De igual modo, se considera imprescindible la desaparición de los techos de cristal, para que el ascenso de la mujer en las organizaciones o empresas sea real e igualitario respecto al hombre.

El testimonio de las mujeres con las que se cuenta en este *ebook* es fundamental para que florezca el empoderamiento de la mujer con respecto a sus iguales.

[T&A Workshop, Andalucía Lab →](#)



Metodología

La metodología empleada en este proyecto ha pasado por varias vertientes:

- Investigación.
- Curación de contenidos.
- Entrevistas.
- *Networking*.
- *Focus group*, herramienta de investigación muy efectiva y productiva a la hora de investigar empresas y las tendencias en el mercado turístico.
- Participación en eventos especializados desarrollados en la sede de Andalucía Lab y también de forma digital.

Para contar con el testimonio de las mujeres en este *ebook* se han realizado entrevistas en profundidad a cada una de ellas, estableciendo unas preguntas iniciales, para después desarrollar la entrevista de una forma u otra en función de cada una de las

protagonistas, de su proyecto y de sus reflexiones respecto a la mujer, el emprendimiento y el turismo.

Se ha seleccionado a un total de **16 mujeres**, todas ellas **usuarias muy activas de Andalucía Lab**, algunas desde que nació el organismo. No sólo se mantienen al día con todos los productos, asesoramiento y talleres que ofrece Andalucía Lab, sino que también generan sinergias y relaciones con otras emprendedoras y usuarias.

Además, mantienen una relación a largo plazo con el Centro de Innovación, y saben sacarle el máximo potencial a las herramientas turísticas que tienen a su disposición. Por tanto, conocer de cerca sus negocios, su trayectoria y sus visiones dotará de realismo y cercanía el presente *ebook*.

Natalia Guidoni, de [Cuevas de Andalucía](#) →





El otro gran eje central de este *ebook* es, lógicamente, el turismo. Como es bien sabido, **España es uno de los países que se encuentran en el podio del *ránking* mundial** tanto en número de visitantes, como en ingresos por el ámbito del turismo.

Más allá de los alentadores datos, hay un factor esencial mucho más difícil de cuantificar: las mujeres emprendedoras entrevistadas sienten pasión por un sector que en Andalucía es motor de crecimiento continuo, pese al desequilibrio vivido desde marzo de 2020.

En el apartado de la investigación ha sido fundamental la **consulta y estudio en el Centro de Documentación y Publicaciones de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte**, donde se ha analizado el estado actual de la mujer y el turismo, el número de mujeres que son empresarias, estadísticas relacionadas con turismo, con el número de visitantes en la comunidad andaluza, el papel de la mujer en el ámbito laboral del turismo y todos los datos y documentos que resultan fundamentales para extraer conclusiones.

← [Networking liderazgo femenino y turismo | Andalucía Lab](#)

Las 16 mujeres usuarias de Andalucía Lab, no sólo se mantienen al día con todos los productos, asesoramiento y talleres que ofrece Andalucía Lab, sino que también generan sinergias y relaciones con otras emprendedoras y usuarias.

[Networking liderazgo femenino y turismo | Andalucía Lab](#) →



Las **preguntas iniciales** establecidas en dichas entrevistas son:

- **Acércanos tu proyecto emprendedor.**
- **¿Por qué decidiste ser emprendedora?**
- **¿Imaginas tu vida laboral de otra forma?**
- **¿La mujer emprendedora es diferente al resto de mujeres con otros oficios?**
- **¿Existe la conciliación real entre trabajo y familia para las mujeres?**
- **¿Qué cambiarías del ámbito emprendedor en relación a la mujer?**
- **¿Cómo es tu día a día?**
- **¿Qué le dirías a una mujer que quiere emprender?**

Si bien, además de estas preguntas, durante las entrevistas se ha profundizado en otros aspectos que son de interés para las propias usuarias y para las mujeres que se dedican al turismo en general: la maternidad, la conciliación, las relaciones laborales, la situación socioeconómica y la evolución de un proyecto de este ámbito.

03

Mujer y turismo



En **2022** se registraron, a **nivel global**, más de **900 millones de turistas internacionales**, el doble que en 2021, aunque la cifra se queda todavía al 63% de los niveles anteriores a la pandemia -en 2019 se desplazaron 1.500 millones de viajeros-, según la Organización Mundial del turismo (OMT).

En **2022** visitaron España **71,6 millones de turistas internacionales** que **realizaron un gasto de 87.061 millones de euros**. Es decir, los visitantes aumentaron un 86% con respecto al año 2019 y los gastos se incrementaron 95% en relación al mismo periodo.

Dentro del marco de la Agenda 2030, la OMT, después de sus últimos datos analizados, hace especial hincapié en lograr un turismo sostenible a escala mundial, y, dentro de dicha sostenibilidad, el acceso a trabajos dignos tanto para el hombre como para la mujer.

Además de estos objetivos, la **promesa de «no dejar a nadie atrás»**, crecer y avanzar, y una visión compartida, son pilares básicos para la OMT, en su presente y futuro.

Son diferentes las visiones que existen, sobre todo después de la pandemia, sobre la viabilidad de la Agenda 2030, analizando encuentros como el último que se ha llevado a cabo sobre el cambio climático, al cual no han asistido representantes de algunos de los países que más contaminan, como India o China.

Los testimonios e historias de las mujeres entrevistadas nos servirán para sacar conclusiones al respecto al final de la presente publicación, y así incluso valorar y realizar una previsión de si se llegarán a cumplir dichos retos.

Y en palabras del Robert Half:

«hacer las preguntas correctas requiere de tanta habilidad como dar las respuestas correctas».

Es por ello que, a través del estudio realizado en este *ebook*, así como de los planteamientos establecidos, se realizan preguntas con las que se han obtenido reflexiones y respuestas muy interesantes de las 16 protagonistas.

[Andalucía Lab →](#)



3.1 Marco actual de la mujer en el Turismo digital

El ámbito digital se ha tornado imprescindible para cualquier empresa del ámbito turístico, con especial énfasis en los últimos diez años.

Este hecho ha podido ser un reto por el periodo de adaptación y la transformación digital que han debido realizar, pero a la misma vez ha sido una oportunidad única, pues las empresas, sin importar el tamaño, pueden llegar a comunicar más y mejor.

Prueba de ello son los **organismos como Andalucía Lab, que brindan la oportunidad de digitalizarse y de contar con asesoría por parte de profesionales**, así como acceso a formación continua. De estos hechos están muy actualizadas las usuarias de Andalucía Lab presentes en este *ebook*:



Esther Reinoso
Alpujarra Experience



Vanessa Gresse
Alojamiento Rural Molino Río Alájar



Pilar Fernández
Argot Flamenco



María Molina
Nature Space Jabugo



Mercedes García
Tren del Patrimonio



Rosario Arenas
Hotel Sevilla



Toñi Trujillo
La ruta de la cabra malagueña



Esther Rodríguez
My Street Book



Natalia Guidoni
Cuevas de Andalucía



María Jesús Del Pino
Sonríe Travel



Marta García
Hotel Platería



María Salvador
Viajes Transformacionales



Rocío Alcaide
Casa Rural La Cimbarra



Davinia Ordoñez
Hospedería La Era



Loly Corral
La Lectora



Lorena García
Goinsitu

04

Emprendedoras andaluzas participantes

ESTHER REINOSO

Alpujarra Experience

Plataforma para el impulso del turismo sostenible en la zona de la Alpujarra.



Esta no es la primera aventura emprendedora de [Esther Reinoso](#). Ella ya llevaba más de 15 años con un negocio dedicado a la consultoría de *marketing* digital y las ventas para pymes cuando decidió lanzarse a un nuevo proyecto más ambicioso aún.

Alpujarra Experience es una plataforma digital diseñada para ayudar a las pequeñas empresas de la zona a ganar visibilidad y conectar con el viajero, logrando aunar en ella parte del inmenso legado cultural, gastronómico y natural de la Alpujarra.

Esther nos cuenta que Alpujarra Experience ha sido una idea trabajada y cocida a fuego lento. Que nace tras más de un año de preparación y de su necesidad de devolver parte del legado familiar recibido, ya que ella es hija y nieta de alpujarreños.

Este punto de encuentro entre empresas y viajeros conlleva dos vías de trabajo diferenciadas:

1. Mantener la plataforma activa a través de una web atractiva, con contenido útil y actual y variadas propuestas que encajen a los que busquen un turismo sostenible y cultural en la Alpujarra.

2. Y de cara a los empresarios, diseñar y calendarizar las acciones para los tres programas de apoyo que tienen. Acciones que les ayuden a mejorar en su gestión del negocio y a ganar en visibilidad y competitividad (formaciones, *networking*, entrevistas para *podcast*, campañas promocionales, creación de contenido, etc.)



Alpujarra Experience ha sido una idea trabajada y cocida a fuego lento.

← [Alpujarra Experience](#)

Su plataforma ha tematizado la Alpujarra haciéndola más accesible y diferencial, consiguiendo ser a nivel nacional un referente en turismo sostenible.

Esther no se ve desarrollando otra actividad diferente al emprendimiento, está convencida de que siempre merece la pena, aunque conlleve equivocaciones y miedo.

«Es importante fomentar el emprendimiento desde las aulas, mostrando ejemplos, promoviendo la creatividad y poniendo especial énfasis en que las niñas aprendan también a pensar a lo grande.»

Su apuesta por la competitividad: la sostenibilidad como elemento clave para atender las demandas presentes sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.

[Alpujarra Experience →](#)



VANESSA GRESSE
Alojamientos Rurales Molino
Río Alájar

Un grupo de seis casas de piedra situado cerca del precioso pueblo de Alájar.



Vanessa Gresse, francesa que vive en Andalucía desde hace 15 años y desde hace 11 años en la Sierra de Aracena, es la persona que gestiona los [alojamientos rurales Molino Río Alájar](#), ubicados a un kilómetro y medio del pueblo de Alájar, perdidos en medio de un paraje natural maravilloso.

Vanessa tenía una agencia de viajes y, después de un tiempo luchando por mantenerse y conciliar, tuvo que abandonar su proyecto emprendedor. Fue en ese momento cuando le contactaron los dueños de los alojamientos rurales para ofrecerle la gestión del negocio, y desde ese momento han pasado dos años.

Vanessa se ocupa principalmente de la comercialización de estas seis acogedoras casas rurales.

Molino Río Alájar no son sólo unos alojamientos en los que sentirse como en casa. Vanessa hace hincapié en la relevancia que tiene el destino y en las actividades paralelas que se pueden hacer para disfrutarlo, con la opción de vivir durante una semana allí y realizar rutas de senderismo, ciclismo, gastronomía y visitas culturales.

Desde el alojamiento hay más de 20 rutas circulares para envolverse del entorno natural que lo abriga.

Vanessa destaca lo agradecida que se siente por poder teletrabajar la mayoría de los días, pues tiene un hijo pequeño, aunque por placer muchas veces visita el negocio, ya que se siente feliz y muy cómoda de poder gestionarlo.

Pese a la dificultad después de tener que cerrar su negocio de agencia de viajes, cree que la vida le diseñó un regalo maravilloso al regentar Molino Río Alajar, donde se siente realizada y con facilidades para la vida en familia.

Sin embargo, Vanessa considera que es muy difícil la conciliación entre mujer y trabajo. En España existe mucha tradición de ayuda familiar por parte de padres, hermanos, pero no todo el mundo tiene la suerte de contar con ese apoyo, y es ahí cuando se torna más complicada aún la conciliación. A su parecer, no existen ayudas reales en este sentido por parte del Estado.





Ella también recalca la difícil situación que tienen las madres que deciden apostar por la lactancia materna, ya que es muy difícil compaginar los horarios de un bebé con el trabajo.

«Creo que tanto el trabajo por cuenta ajena como el de una autónoma tiene sus pros y sus contras. Yo he probado los dos y creo que todo depende de la situación personal de cada una.»

Por otro lado, Vanessa anima a todas las mujeres que sientan devoción y pasión por el mundo del turismo a realizarse y hacer su sueño profesional realidad. Cree que es vital seguir aprendiendo idiomas, no sólo para el ámbito laboral, sino para disfrutar y aprender más aún en los viajes por ocio.

«Actualmente me siento muy afortunada, feliz de la confianza que han depositado en mí y de las facilidades que tengo para conciliar trabajo y vida personal.»

Como broche final envía un mensaje a todas las personas que tengan un proyecto en mente, y es que lo intenten, que luchen por lo que quieren, que no se queden sin intentarlo.

← [Alojamientos rurales Molino Río Alájar](#),

Hay que abrir las puertas, algunas se quedan cerradas, otras se abren, pero siempre hay que intentarlo.

MARÍA MOLINA

Nature Space Jabugo

Alojamiento rural en pleno Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.



[Nature Space Jabugo](#) →

Una finca en desuso situada en la aldea de El Quejigo (Huelva) que ha pasado a ser un [encantador alojamiento rural](#) y una prometedora explotación de vacuno ecológico.

María Molina comenzó su proyecto en 2008 de manera casi forzada, por una herencia precipitada de la que ahora se siente muy orgullosa.

62 hectáreas y unas antiguas zahúrdas convertidas hoy en día en un alojamiento y espacio natural de enorme valor ambiental, y en pleno corazón del Parque Natural de Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

A apenas 15 minutos del famoso municipio de Jabugo, este alojamiento rural supone un excelente punto de partida para conocer un poco más este parque, el segundo más extenso de Andalucía.

Un lugar ideal para desconectar y disfrutar de infinidad de actividades: observación de aves, fotografía de naturaleza, gastronomía, senderismo y hasta astronomía. Dos coquetas casas rurales con chimenea rodeadas de encinas y castaños, en las cuales las mascotas también serán bienvenidas.

María compagina este proyecto con la atención de su familia e insiste en que hay que tener mucho coraje para emprender, ya que la comodidad y la estabilidad no serán nunca tus compañeros de viaje. Es una convencida de promover el asociacionismo y los ecosistemas que ayudan a los negocios en tareas tan importantes como la formación, la estrategia y la implantación de nuevas tecnologías.

Su apuesta por la competitividad: tecnología, innovación y ecoturismo rural para evitar la despoblación y mantener la conexión con la naturaleza.



Hay que tener mucho coraje para emprender, ya que la comodidad y la estabilidad no serán nunca tus compañeras de viaje.

[Nature Space Jabugo](#) →



PILAR FERNÁNDEZ

Argot Flamenco

Espectáculos y eventos flamencos. Representación de artistas.



En casa de [Pilar Fernández](#) el flamenco está siempre presente. De pequeña empezó acompañando a su padre a eventos y festivales, y ya de mayor se hizo socia de la peña flamenca de su pueblo, Pozoblanco.

El diseño y la organización de espectáculos flamencos es la principal actividad de Argot Flamenco, su empresa, sobre todo los que corresponden a los circuitos de las diferentes administraciones públicas.

Pilar siempre ha sido consciente de la importancia de preservar este arte. Un arte que en 2010 pasó a ser Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, de ahí que poco a poco haya completado su oferta con servicios tan interesantes como: cursos y clases para la formación de pequeños y jóvenes en las distintas ramas del flamenco; la musicalización de eventos (bodas, reuniones empresariales, aniversarios, etc.), y la creación de Flamenco Starlight, una experiencia en donde se aúna gastronomía, música y naturaleza, ideal para disfrutar en una noche de primavera o verano. Dos horas de espectáculo bajo las estrellas de uno de los cielos más brillantes de España, certificado oficialmente como libre de contaminación lumínica.

[Argot Flamenco](#) →





Tan cómoda se siente Pilar con el emprendimiento y tiene tanto que agradecer al asociacionismo profesional, que incluso ha tomado la iniciativa de ser responsable de la delegación en su comarca del Foro de Empresarias y Profesionales de Córdoba (FEPC).

Su apuesta por la competitividad: la preservación del patrimonio cultural a través de su difusión y del diseño de propuestas accesibles y atractivas al público en general, con especial atención a las nuevas generaciones.

[Argot Flamenco](#) →



Me siento muy afortunada por haber podido emprender en algo que me gusta tanto. Aunque no todos los días son buenos siempre estoy aprendiendo y gracias a varios colectivos profesionales he conseguido rodearme además de personas que me aportan y ayudan en muchos aspectos de mi negocio.

ROSARIO ARENAS

Hotel Sevilla

Un encantador hotel urbano ubicado en una gran casa señorial de principios de siglo XX.



Rosario Arenas es farmacéutica de profesión y siempre consideró el trabajo en el hotel de su padre como un plan B, como algo que estaba ahí seguro. Con tan solo 7 años ya correteaba por la recepción haciendo todo lo posible por atender ella misma a los clientes.

Tras sus estudios y una etapa más que breve de prácticas en una farmacia, la Expo 92 la situó en primera línea del hotel teniendo que asumir responsabilidades de manera precipitada debido a la jubilación simultánea de varios empleados.

Orgullosa de formar parte de esta segunda generación de hoteleros hoy puede presumir de haber cumplido 45 años de atención al público casi ininterrumpida. Solo la pandemia la obligó a cerrar sus puertas, tiempo que aprovechó para trabajar más que nunca e iniciar unas reformas ya planeadas.

Después de tantos años, el [Hotel Sevilla](#) ha logrado formar una familia. Una familia que a pesar de las distancias mantiene el contacto y con los que logra una fidelidad de años y años.

[Hotel Sevilla](#) →





30 habitaciones en una casa palaciega que hacen las delicias de parejas, pequeñas familias y viajeros que por trabajo o placer viajan en solitario y que no quieren perderse la vibrante vida de las calles más emblemáticas de esta ciudad.

Rosario aboga por sembrar la semilla del emprendimiento desde las aulas, para que a edades más tempranas se tenga conocimiento de que es posible, y por reducir la burocracia que acompaña a cualquier proyecto de este tipo.

Anima a todos los que estén pensando en desarrollar un negocio a hacerlo, insistiendo en que se necesita ser muy constante y valiente, y contar con una resiliencia a prueba de bombas.

Su apuesta por la competitividad: la combinación de innovación y tecnología con la cercanía y el trato personal.

← [Hotel Sevilla](#)

MERCEDES GARCÍA

Tren del Patrimonio

Educación ambiental e interpretación.



Mercedes García es bióloga de profesión, pero siempre ha estado ligada a la protección y difusión del patrimonio natural, histórico y cultural.

Tras pasar 18 años como responsable del centro de visitantes Puerto Lobo, en Granada, en 2019 da el salto a desarrollar y gestionar una versión especial y única de algo que ya existía en otras zonas, un tren turístico. Pero con importantes diferencias, utilizando la literatura, el teatro y la gastronomía para llevar a cabo su misión de sensibilización ambiental, haciendo de su tren un servicio único y pionero en España.

El Tren del Patrimonio, como ella misma lo denominó, se mueve entre los Parques Naturales de Sierra de Huétor y Sierra Nevada conectando 21 municipios de la provincia de Granada. Con más de 62 rutas temáticas en portfolio, su completa oferta hace las delicias de familias, grupos y centros escolares.

Entre las actividades más demandadas están:

- **Un tren hacia el cielo, observación de estrellas.** Dos horas y media de excursión nocturna en tren desde Puerto Lobo hasta Fuente Grande (Alfacar).

[Tren del Patrimonio](#) →

- **El tren del pan.** Ruta de dos horas y media de duración, comenzando en Víznar y yendo hasta la Alfaguara para terminar en uno de los famosos hornos de pan de Alfacar.
- **Los cumpleaños ambientales.** Tres horas en pleno Parque Natural Sierra de Huétor, para un máximo de 54 participantes. Salida a elegir entre varias poblaciones con paseo en tren, educadores ambientales, materiales para actividades y un taller de dinamización (opcional).



Mercedes conduce a diario este tren con orgullo, y cuenta que al principio tenía que dar más explicaciones de las habituales por ser mujer y emprendedora, pero que una vez superado los inicios, todo son satisfacciones.

Ilusionada como el primer día, sigue estudiando e ideando nuevas rutas para no dejar de entretener a ese turista al que le apetece aprender y disfrutar de su entorno.

Su apuesta por la competitividad: conocer bien el perfil del cliente que visita los parques naturales e innovar a través de una oferta de experiencias en las que nunca dejen de sorprenderse.



[Tren del Patrimonio](#) →

ESTHER RODRÍGUEZ

My Street Book

El planificador inteligente que ayuda al viajero ofreciéndole rutas personalizadas, adaptadas a sus gustos, en el destino que desee.



Esther Rodríguez es almeriense de nacimiento y desarrolló su idea emprendedora entre Almería y Málaga. Desde pequeña siempre sintió una enorme curiosidad por su entorno y por crear soluciones y herramientas que pudiese necesitar.

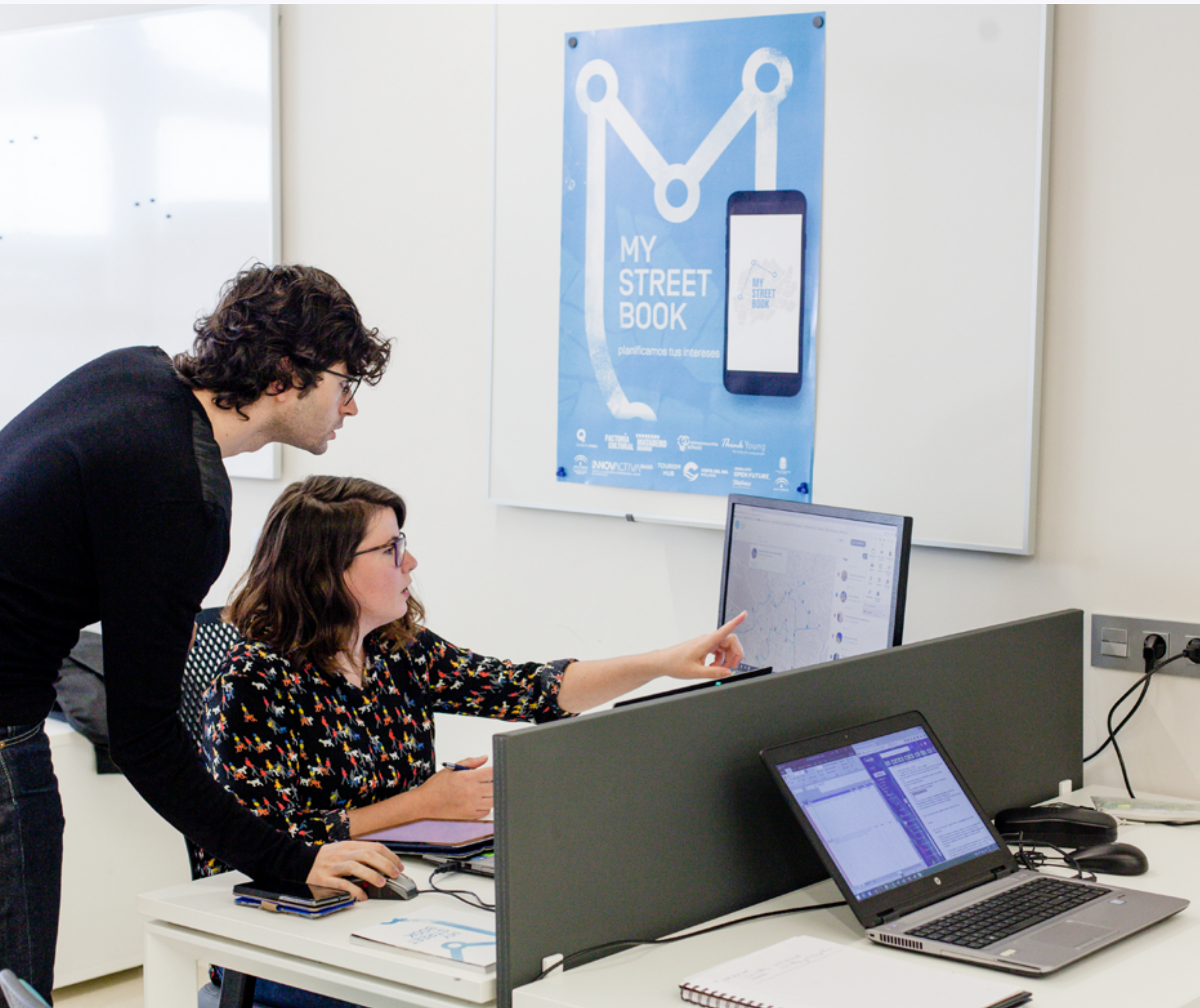
Esther estudió arquitectura y como investigadora asociada de la Politécnica de Madrid empezó a explorar soluciones dentro de las disciplinas de las smart cities y el urbanismo sostenible. Esto fue la semilla, que en colaboración con su socio Carlos, terminaría convirtiéndose en My Street Book.

My Street Book es una aplicación que une las preferencias de los turistas con rutas y actividades a hacer en un determinado destino, usando lo último en tecnología de inteligencia artificial.

Este proceso es de un enorme valor ya que aporta visibilidad al extenso patrimonio nacional a través de la digitalización, lo conecta con los usuarios y lo agrupa todo de manera que los distintos agentes turísticos puedan mejorar sus estrategias de servicio. De hecho, esto ha sido clave en su trayectoria.

«Al final nos decidimos a sacar nuestra idea fuera del entorno universitario por una sencilla razón, la mayor rapidez del mercado privado. Esto nos permitía desarrollarla y hacerla crecer en unos plazos más acordes con los tiempos actuales.»





Esther insiste en que hoy tenemos la suerte de contar con organismos que pueden ayudarte a hacer realidad un proyecto de emprendimiento: incubadoras, centros de promoción del autoempleo (CADE), círculos de start up, etc. Y que estos centros además de facilitar el acceso a socios estratégicos pueden aportar tecnología y clientes, elementos que en determinadas situaciones valen más que el dinero.

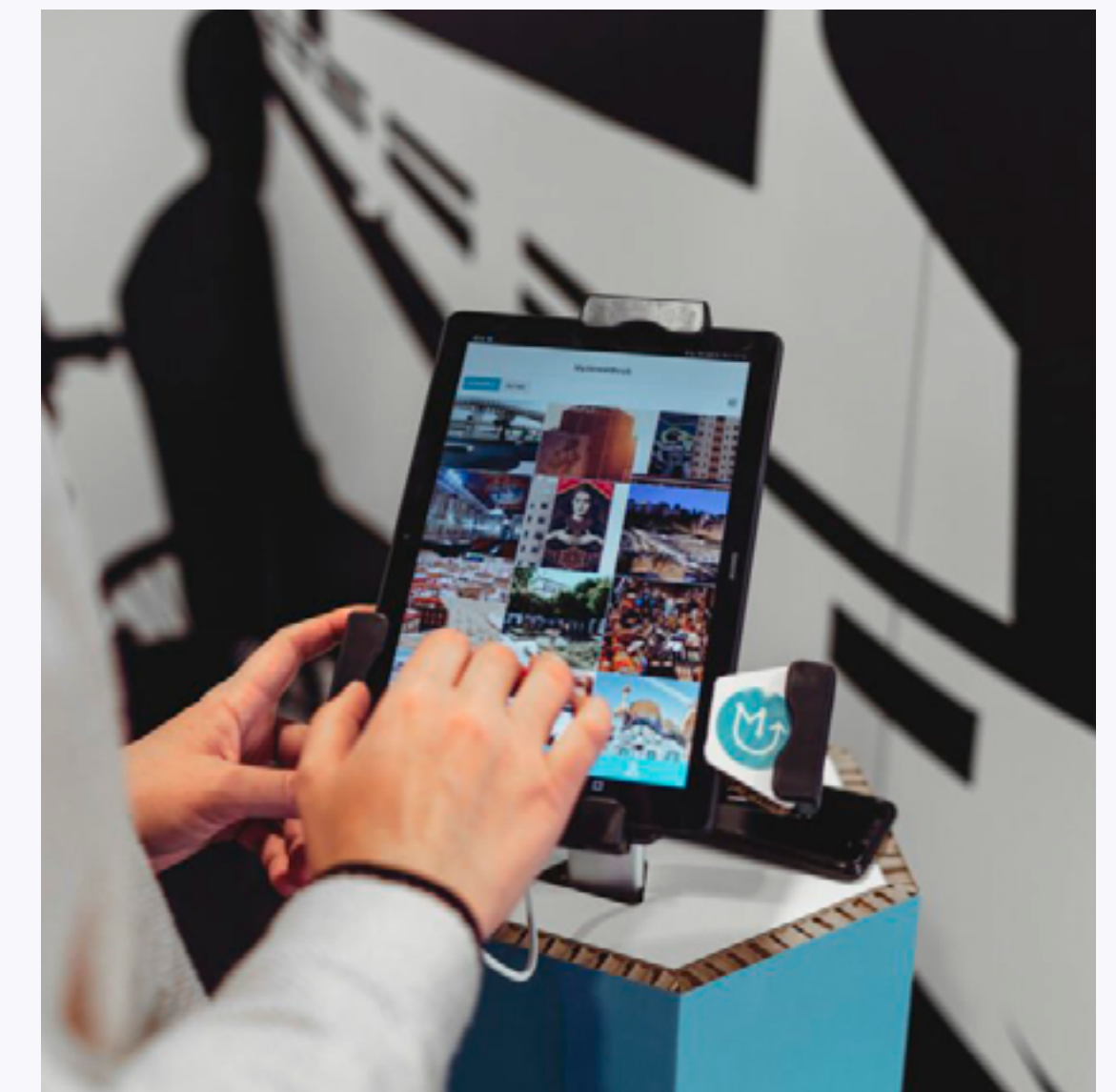
En My Street Book atienden actualmente a 3 tipos de clientes:

- A los viajeros que llegan a un nuevo destino o se van a trasladar a él en breve.
- A municipios, mancomunidades y empresas públicas de gestión turística que además de promocionar su patrimonio quieren también alcanzar la categoría DTI, destino turístico inteligente.
- Y a las agencias de viajes digitalizando sus paquetes a través de la creación de una aplicación propia.

Su forma de trabajo conlleva siempre una exhaustiva investigación:

«Si se trata de un municipio, se ha de buscar primero toda la información digitalizada que haya sobre él y valorarla, ya sean ellos conscientes o no de su existencia. Unificarla, crear las imágenes, geolocalizarlas y añadirlo todo a la aplicación, así los turistas podrán consumir este contenido en función de sus gustos personales».

Su apuesta por la competitividad: inteligencia artificial (tecnología), diversificación y utilidad.



← [My Street Book](#)

TOÑI TRUJILLO
La ruta de la cabra malagueña
(Axarquías)

Experiencia de inmersión en el mundo de la cabra de raza malagueña.



[La ruta de la cabra malagueña →](#)

Esta malagueña experta en cultura y patrimonio andalusí y amante de la historia es puro conocimiento acerca de los 31 municipios que conforman la mancomunidad de la Axarquía.

Con una habilidad especial para conectar con los niños a través de la historia, las ganas de innovar en sus rutas le hicieron ponerse en contacto con la Asociación Española de Criadores de Cabra Malagueña. Ella, de pequeña, se había criado en un cortijo, y pensó que podía ser interesante dar a conocer el mismo modo de vida que ella tuvo la suerte de vivir de niña.

Hoy en día [su ruta de la cabra malagueña](#) es la experiencia que más comercializa (y a la que más cariño tiene) y lo hace de tres maneras diferentes:

- Como actividad de fin de semana abierta al público general, contando con una fecha fija y un número limitado de plazas.
- Dentro de un paquete de actividades en la zona de Axarquía para grupos que provienen de agencias de viajes.
- Como actividad especial con contenido adaptado a niños, en el caso de ser un centro educativo.

Hay senderos que sanan el alma y el cuerpo, hay conocimientos transmitidos a lo largo de generaciones que enriquecen a aquellos elegidos que los poseen.





Ella nos cuenta que esta ruta muestra una actividad sostenible de verdad, porque es así desde épocas ancestrales y no por una moda pasajera.

También explica que de esta cabra provienen alimentos de una calidad extraordinaria, ganadora de premios y con reconocimientos a nivel internacional y que son apreciadas en países tan lejanos como China, Rusia o Japón.

Su pastoreo cumple además con dos de los criterios más importantes para ser sostenible, ayudar a la regeneración de los montes y al mantenimiento de la biodiversidad (los animales comen en libertad semillas y plantas que a su vez son nuevamente esparcidas por el monte). Málaga es la provincia de Europa con mayor población de cabras, por lo que es una excelente forma de conocer unos de los pilares económicos y gastronómicos más importantes de esta provincia.

Toñi no se quiere despedir sin antes dejarnos lo que para ella significa el emprendimiento:

«El trabajo autónomo conlleva mucho sacrificio y saber de muchas tareas distintas, pero me hace sentir poderosa a la vez. La única opción para mantenerte en el tiempo con un proyecto propio es estar enamorada de lo que haces».

Su apuesta por la competitividad: la especialización, no olvidar nunca la parte lúdica de la actividad turística (estamos para entretener) y mostrar el patrimonio natural y cultural para que siga siendo posible su existencia.

Lo que se conoce, se ama; lo que se ama, se protege.

← [La ruta de la cabra malagueña](#)

MARÍA JESÚS DEL PINO

Sonríe Travel

Destinos exclusivos en España.



Una sonrisa es lo que caracteriza a María Jesús del Pino, que pone alma y pasión a [Sonríe Travel](#). Navarra de origen y siempre añorando su tierra, se encuentra enamorada de su ciudad de adopción, Granada, en la que hizo realidad su proyecto emprendedor: una agencia de viajes que busca la personalización y el cuidado de cada detalle.

De madre alhambreña, su familia fue la última que vivió en La Alhambra, y durante los veranos de su niñez más temprana, en lugar de vivir los San Fermín de su tierra, se trasladaba a Granada a vivir en las entrañas de La Alhambra. Posteriormente sus padres se mudaron con ella y sus hermanos a Granada por motivos laborales. Además, terminó enamorándose de un granadino, lo que hizo que se instalase, después de viajar mucho, en la ciudad con el monumento más visitado a nivel nacional.

Desde pequeña sentía la pasión del turismo, y estudió la carrera por la que siempre había sentido vocación. **Durante unos años estuvo retirada del turismo, pero finalmente volvió, y con ayuda de Andalucía Lab, a través de Vivianne Quill, y las consultorías que ofrece, desarrolló su agencia de turismo a partir de 2011, arrancando en 2014 con un concepto diferente de agencia.**

«Tienes que conocer a ese viajero que te contacta y saber qué quiere y qué espera para que su experiencia sea satisfactoria. Soy una enamorada de lo local, de los negocios de cada lugar, artesanía y productos autóctonos, y todo ello es lo que posiciona el destino, ya que debe trabajarse desde dentro.»

Si una mujer quisiera emprender le diría que se prepare para lo bonito y para lo no tan bonito. Que se prepare, que se forme y que se rodee de personas especializadas en cada área.

[Sonríe Travel](#) →



María Jesús siempre tuvo claro que quería tener su propio proyecto, y se considera empresaria, y cree que cuando empezó a diseñar el proyecto era emprendedora, pero desde que el proyecto arranca es empresaria, y le encanta reivindicar esta faceta.

«En turismo no hay festivos. Cuando tú estás disfrutando, yo tengo que estar trabajando para que tú disfrutes.»

Pese a los sacrificios diarios, no imagina su vida laboral de otra forma, aunque tiene claro que la vida puede cambiar, y no se cierra a nada, pero confía en su agencia y cree que Sonríe Travel debe seguir.

Las mujeres emprendedoras, para María José, están hechas de otra capa, porque viven con una continua incertidumbre, y más después de lo que se ha vivido tras la pandemia, que considera que ha sido un desastre a nivel psicológico.

«Mi negocio no se puede hundir, la idea que siempre tengo en mente para seguir luchando por mi proyecto, por muchas veces que me caiga. Tengo la inmensa suerte de que puedo trasladar mi negocio donde quiera, aunque hay que ser muy consciente de que esta profesión no es un jardín de rosas.»

Sería clave que hubiese más representación de las mujeres en el ámbito político, por ejemplo, que hubiese mujeres empresarias en los organismos relacionados con el turismo y las empresas.

[Sonríe Travel](#) ↓



NATALIA GUIDONI

Cuevas de Andalucía

Vive tu mejor experiencia en el Territorio Cueva



De origen argentino, en concreto, de Mar del Plata, [Natalia Guidoni](#) lleva viviendo en España 25 años y tiene también descendencia italiana por su madre.

Vino de vacaciones a la Costa del Sol con 25 años y conoció a su marido actual. No cambia por nada el rincón andaluz en el que está instalada desde hace 20 años, Benalúa, un pueblo del Geoparque de Granada.

«Este es mi lugar en el mundo, aunque de vez en cuando tengo que ir a oler el mar, pero la pandemia nos ha demostrado que las personas que vivimos en los pueblos tenemos una inmensa suerte».

Natalia es gerente de la Asociación Andaluza de Cuevas Turísticas, si bien ella cree que por el contexto rural en el que desarrolla su trabajo, es primordial ser multitask.

Anteriormente a este proyecto, Natalia tenía un trabajo estable hasta 2013 y, por reducción de plantilla, se quedó desempleada. En un principio no sabía qué hacer, se encontraba perdida, pero decidió que era la oportunidad para volver a ser madre.

«Nunca es el momento para ser madre porque ante todo priorizas tu trabajo, tu profesión».

La faceta emprendedora de Natalia fue por necesidad, pero siempre había estado vinculada con varias colaboraciones en el ámbito del turismo, entre ellas, la Asociación de Cuevas, y en 2017 la llamaron para ofrecerle el puesto que actualmente desempeña: dinamizadora de las empresarias y empresarios que se encuentran en el territorio cuevas, que es una asociación empresarial a nivel andaluz, si bien la mayor concentración se encuentra en la zona norte de Granada. Natalia es usuaria de Andalucía Lab desde antes de que el organismo se llamase así y cree que ofrecen un servicio extraordinario.

El turismo le llena el corazón y prueba de ello es que también ofrece **información turística del Geoparque de Granada**. En 2020 la Unesco declaró este territorio Geoparque y, junto a su compañera Silvia, Natalia presta este servicio que nace de la necesidad de dar respuesta a lo que sería un centro de visitantes, todo de forma digital.

[Cuevas de Andalucía](#) →





«Yo diría que mi misión en la vida es ser facilitadora, me encanta solucionar los problemas de las personas o dar respuesta a sus inquietudes».

Natalia dice que no imagina su vida laboral de otra forma, pues se considera afortunada por la libertad que tiene para gestionar su tiempo. Le encanta arrancar por las mañanas yéndose a caminar o practicando pilates. Y esta libertad cree que no te la ofrece un trabajo por cuenta ajena.

«Creo que hay un gran camino avanzado en la conciliación pero creo que, por ejemplo, todavía el peso de la familia recae más sobre la mujer. Hay casos excepcionales».

[Cuevas de Andalucía](#) ↓



MARÍA SALVADOR

Viajes Transformacionales

Experiencias que cambiarán tu vida.



María Salvador nació con una vertiente emprendedora, porque siempre le ha gustado tener sus propios proyectos y ser independiente.

María estuvo trabajando por cuenta ajena en una multinacional durante nueve años y pese a ello siempre tenía sus propios proyectos, y en su mente estaba la idea de **sentirse libre, de dirigir su propio destino y esa fue una de las semillas que hizo que se lanzase a hacer realidad Viajes Transformacionales**. No imagina su vida laboral de otra forma, pues quiere ser libre, seguir teniendo sus propios proyectos, ya que su empresa es parte de ella y de su filosofía de vida, por tanto, no contempla su estado laboral de manera distinta a la actual.

«Hoy en día puedes conciliar si quieres, puedes elegir, por ejemplo, ser emprendedora. En mis retiros veo situaciones de muchas personas con mucho estrés, ansiedad, etc, y yo les ofrezco salir de esas situaciones, eligiendo otras opciones.»

En los países asiáticos a los que María suele ir durante sus viajes, la prioridad es conciliar y que las madres estén con sus hijos, y cuenta que allí ese rol está súper establecido. Sin embargo, cree que en el primer mundo occidental vivimos en la sociedad de la prisa, y del materialismo.

«Hoy en día hay mucho dinero y poco amor»



[Viajes Transformacionales →](#)



↑ [Viajes Transformacionales](#)

Desde hace diez años, María trabaja con el despertar de conciencia, conectando con el ser, para qué ha venido cada persona al mundo. En sus retiros inspira a la gente a salir de la rueda materialista, parar y cuestionarse, y consigue que muchas personas cambien su vida y hacer lo que realmente sienten.

«Lo mejor que hice en mi vida fue venir-me a vivir al campo».

A raíz de la pandemia tuvo que cancelar todos los viajes que tenía planificados, pero María interpretó esta coyuntura como una oportunidad y le dijo a sus viajeros «es el momento del verdadero viaje, de dejar de buscar fuera y mirar hacia dentro». De ahí salió otro de sus proyectos: www.escuelatransformacional.com, que es el viaje hacia dentro, la meditación, el yoga como conciencia, sentir el cuerpo, sentir la mente, el despertar de conciencia.

«Todos tenemos que tomar las riendas de nuestra vida, las riendas de cómo queremos vivir, yo decido, yo elijo, sea emprendedora o no, y no dejar que el sistema me imponga. Estas ideas son las que yo transmito en mis viajes, en mis cursos y en mis formaciones».

MARTA GARCÍA

Hotel Platería

Un recién reformado Hotel Platería para ofrecer a los visitantes de Écija, una maravillosa y artística ciudad del sur de Sevilla.



Marta nace en una familia que siempre ha estado ligada al turismo. Fue su padre quien fundó el hotel, quien, llegado el momento jubilarse, le propuso a Marta que gestionara ella el negocio que con tanto amor y esfuerzo había levantado.

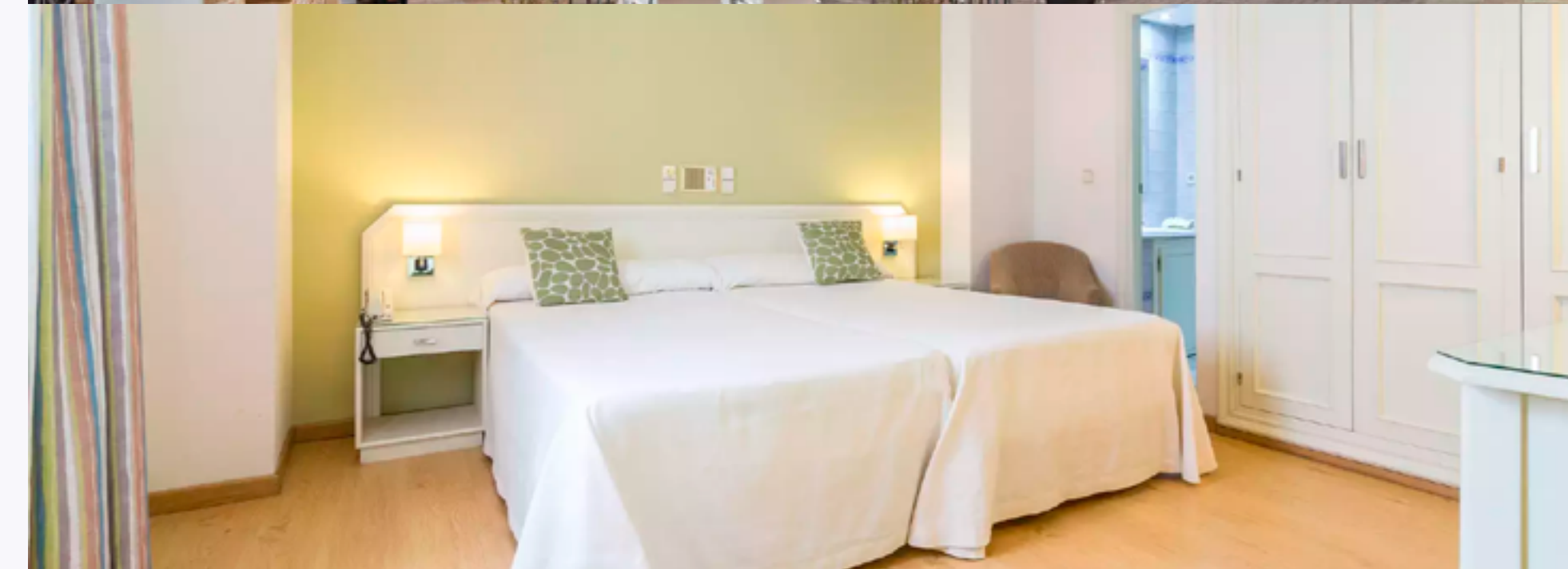
Marta se considera una persona a la que siempre le han apasionado los retos, y así fue como se lanzó al mundo emprendedor con el Hotel Platería, en el municipio sevillano de Écija.

A raíz de una crisis a nivel nacional, Marta se dio cuenta de que el modelo de negocio debía evolucionar. De este modo se focalizó en grupos grandes para el restaurante, a quienes ofrece productos de calidad, sintiéndose realizada y muy cómoda con este nuevo enfoque.

Además, decidió, como segundo cambio trascendental, cerrar el hotel durante los meses de julio y agosto, pues, debido a las altas temperaturas en Écija, se notaba una gran bajada en relación a las visitas turísticas.

Fue una decisión muy valiente, en contra de lo que todo el mundo le decía.

[Hotel Platería →](#)





Pero si hay un hecho que ha provocado un cambio sustancial en la gestión del hotel, fue cuando Marta se lanzó a automatizar la propia gestión del hotel a partir de la pandemia provocada por la covid-19.

Fue a partir de este momento cuando decide instalar una recepción descentralizada, porque son personas las que atienden el hotel pero no están físicamente en el establecimiento, manteniendo así una **atención personalizada 24 horas, que es uno de sus sellos distintivos, pero sin estar físicamente en el lugar.**

Marta ha evolucionado en su negocio de forma exponencial, y destaca su colaboración con otras empresas para seguir creciendo y conseguir la rentabilidad en un negocio pequeño y rural.

«Lo que yo veo fundamental es la atención personalizada y creo que eso no se puede perder nunca.»

«El emprendedor se caracteriza por una chispa diferente, le gusta buscar diferentes soluciones, quiere resultados distintos.»

[← Hotel Platería](#)

Según Marta, los dos pilares básicos para apoyar al emprendedor son la formación y el apoyo económico. Cree que ambas son muy importantes, ya que, en su opinión, estamos ante un sistema que cambia continuamente, y recalca que no hay año en que no sea necesario realizar cursos o cambios en el negocio si quieres estar al día.

En el año 2009 fue cuando conocí con Andalucía Lab el revenue, por ese motivo creo que hacen una labor fundamental, pues permiten la formación, y esto es esencial en Turismo cada año.

DAVINIA ORDOÑEZ

Hospedería La Era

Un lugar más allá del turismo sostenible.



De un proyecto pequeño como una taberna a una hospedería sostenible, compaginando ambos negocios durante 15 años.

En 2004 nace Hospedería La Era, un hotel en Almedinilla, Córdoba, un municipio de dos mil habitantes, ubicado en la Subbética cordobesa.

En 2012 cierran el bar pero continúan con la hospedería, potenciando la sostenibilidad y su filosofía de vida, afianzando el proyecto que querían realmente, un pequeño hotel rural en el que el cuidado por cada detalle es el protagonista. Davinia Ordoñez no imagina de otra forma su vida laboral.

«Conoces a mucha gente de todos los rincones del mundo sin moverte. Hay huéspedes que llegan dándote la mano y se marchan dándote abrazos y llorando, y eso es muy bonito».

Si algo caracteriza a la mujer emprendedora es que siempre está pensando en nuevos proyectos, aunque según Davinia cree que esto no es propio de mujeres emprendedoras, sino de cualquier persona que trabaje por cuenta propia.

[Hospedería La Era →](#)



El turismo es uno de los sectores que más rápido cambian, y por eso se contemplan continuamente nuevos objetivos, metas o proyectos.

«El sistema educativo actual no prepara para emprender, aunque creo que todo el mundo puede emprender, la educación es básica para ello, y de ahí que no haya más emprendimiento en nuestro país, porque no se educa para el emprendimiento.»

Las mujeres emprendedoras, *per se*, suelen invertir muchas horas de su tiempo a trabajar, y eso hace muy complicado conciliar su vida profesional con su vida personal.

En el caso de Davinia se considera muy afortunada porque «su otra mitad» realiza el mismo trabajo que ella, tanto en el ámbito profesional como en las tareas personales de casa y así han sabido conciliar para poder contar con tiempo libre para hacer deporte o disfrutar de algunas de sus aficiones.

[Hospedería La Era →](#)



ROCÍO ALCAIDE
Casa Rural La Cimbarra

Un lugar repleto de encanto, paz y tranquilidad.



Los padres de Rocío empezaron hace 20 años con el proyecto de La Cimbarra, y en 2019, después de estudiar y trabajar como profesora durante un tiempo en Madrid, Rocío decide instalarse junto a su pareja en Aldeaquemada, su pueblo natal, y hacer un anexo al hotel rural que ya tenían sus padres.

Tanto ella como sus padres siempre habían tenido la espina del turismo activo, y empujada por el entusiasmo y las ganas de emprender, tomó la decisión de darle ese giro a La Cimbarra, que de ser un alojamiento rural se convierte en empresa de turismo activo.

Aldeaquemada es un municipio jienense ubicado al norte de la provincia, limítrofe con Ciudad Real, tiene unos 400 habitantes y suele tener mucho turismo porque cuenta con una de las cascadas más bonitas de Andalucía, La Cimbarra, que es la que le da nombre al proyecto turístico de Rocío Alcaide.

Además, en Aldeaquemada el arte rupestre es otro de los atractivos turísticos que lo convierten en un destino muy bien valorado.

[Casa Rural La Cimbarra →](#)



Creo que la mujer emprendedora no se diferencia de la mujer que trabaja por cuenta ajena, pero el emprendimiento creo que es algo con lo que se nace, aunque también influyen las circunstancias y las condiciones que haya.



«Soy una persona muy creativa, siempre me gusta inventar y crear. Y aunque me fui a Madrid, siempre sabía que iba a volver a casa, me gusta el riesgo y me gusta superarme, y es por ello que regentar La Cimbarra sabía que iba a ser más satisfactorio para mí».

Rocío se siente afortunada de vivir en un pueblo pequeño, cree que así es más fácil conciliar, sin embargo piensa que no existe una conciliación real, salvo que los padres decidan que los hijos estén tiempo con sus abuelos, tíos o familiares para poder trabajar.

«El emprendimiento en España se ve como una locura, por ejemplo, decidí abrir una oficina de Turismo en Aldeaque-mada en diciembre de 2022 y me han dicho que estoy loca».

← [Rocío Alcaide, Casa Rural La Cimbarra](#)

LORENA GARCÍA

Goinsitu

Experiencias rurales y productos artesanos auténticos.



Goinsitu es un proyecto muy joven que nace en 2020, en plena pandemia. Es una plataforma digital que tiene como eje central experiencias rurales enfocadas a lo agrícola y lo ganadero.

Lorena García, creadora del proyecto, es ambientóloga de formación y también guía de montaña y es por ello que, a través de la plataforma, ofrece como valor añadido senderismo y rutas de montaña.

«En el medio natural es donde me encuentro más cómoda, y después de haber viajado por el mundo y saber desenvolverme en varios idiomas, decidí crear Goinsitu para unir turismo y naturaleza».

Lorena empezó guiando después de volver del extranjero, y también cursó un Máster en Ganadería y Agricultura Ecológica, completando así una formación para ofrecer un producto único y muy completo, basado en la experiencia y en los ámbitos que le apasionan.

Esta empresa de turismo activo andaluza, tiene posibilidades de crecer y formar un equipo, y es la proyección de futuro que tiene Lorena para Goinsitu.

[Lorena, de Goinsitu →](#)



«Cuando emprendes debes tener capacidad de incertidumbre y riesgo. Porque cuando trabajas para otras personas, el camino está marcado y cada día te dicen lo que debes hacer».

«Emprender es crear. El camino en el emprendimiento lo vas construyendo tú cada día».

Lorena tenía como foco protagonista el dar visibilidad a la agricultura ecológica y la ganadería extensiva, quería hacerlo de forma práctica y de ahí que el proyecto se llame Goinsitu, porque su objetivo es mostrar estos dos ámbitos en el lugar donde se desarrollan, ya que ella cree que hay que acercarse al sitio para entenderlo, y a partir de ahí crear otra conciencia social y otra forma de consumo, pudiendo nombrarse como **actividad turística pero también educativa**.

«Hay que ser muy consciente de cuándo hay que parar y dedicar tiempo a tu vida personal, porque si no, el proyecto te arrastra».

[Goinsitu](#) →



Las mujeres somos creadoras de vida, y la responsabilidad ante ello es tan grande que ya partimos de una situación en desventaja, con lo cual deberíamos de recibir más apoyo, porque no partimos del mismo punto que los hombres.

LOLY CORRAL

La Lectora

Una fusión entre el amor por los libros y una cafetería en la que disfrutar de café y repostería de alta calidad.



Loly es almeriense de nacimiento, y en su pueblo tenía una librería que funcionaba muy bien. Sin embargo, se trasladó a Cádiz por motivos personales y es allí cuando, pasado un año, decide crear La Lectora, una fusión entre el amor por los libros y una cafetería en la que disfrutar de café y repostería de alta calidad.

El gran reto inicial para Loly era aprender sobre hostelería, pues ella era especialista y amante de los libros pero el mundo de la restauración lo desconocía.

En La Lectora se fusionan libros, presentaciones, arte, cafés, papelería y pasión por los pequeños detalles, ya que Loly es muy amante de las cafeterías y, habiendo estudiado Historia del Arte, esto se refleja en cada uno de sus productos. Un ejemplo de ello es que durante dos años seguidos han realizado zambomba literaria, entre villancico y villancico se hacía un recital. Fue una experiencia que define como muy bonita y diferente.

En 2018 abre sus puertas La lectora y Loly tenía como objetivo que fuese un referente cultural en Cádiz.

[La lectora →](#)



«Pese a la dureza del camino, no cambiaría mi estado laboral por nada, fue muy difícil pero no concebiría mi vida sin ella, pues la lectora soy yo, creo que no sabría vivir sin ella».

«No he podido llevar a las práctica muchas de las ideas que tengo porque no es posible conciliar. Siempre tengo una lucha interna entre querer ser mamá o ser trabajadora. Ahora mismo mi hijo pequeño es más grande y ahora estoy retomando todo lo que tenía en mente».

Loly cree que la mujer tiene siempre más carga mental y de trabajo en general, poniendo el ejemplo de, si los hijos se ponen enfermos, es la madre la que suele responder más.

«Yo decidí ser madre y las tardes y los fines de semana se los dedico a ellos. Y he conseguido una conciliación pero no recibes ninguna ayuda, ser mujer emprendedora y madre es muy difícil, tienes que elegir».

Loly cree que es una cuestión psicológica, que muchas veces estriba en que muchas mujeres se sienten culpables si son madres y están trabajando a la vez. Por tanto no sabe qué mejoras haría en este ámbito de la mujer emprendedora, porque cree que radica en lo que cada una siente y elige.

Las ayudas económicas o mejoras en las ayudas de este tipo podrían ser una solución. Por ejemplo, Loly propone que por ser mujer se pudiera contar con alguna bonificación mientras las mujeres sean madres con hijos a su cargo.

En breve, se hará realidad La Hermana de La Lectora, un segundo proyecto que Loly quiere inaugurar en honor a su hermana, fallecida recientemente.

«La ventaja que tenemos las emprendedoras es que el tiempo es nuestro. Para las mujeres la mejor opción es el autoempleo».

[La lectora →](#)



05

THINK TANK

Emprendimiento, Mujer y Turismo

A nivel mundial y según la Organización Mundial del Turismo (OMT), las mujeres constituyen la mayoría de la fuerza laboral en gran parte de las regiones del mundo, sin embargo, los puestos de trabajo a los que acceden son los menos remunerados y con poca responsabilidad en la toma de decisiones.

Este desequilibrio entre presencia y poder es histórico, uno de los más extendidos a nivel global y, lamentablemente, demasiado palpable aún en casi todas las culturas y sectores económicos.

En el caso de España, nuestra Constitución, en su artículo 14, habla del derecho de igualdad y de la prohibición de discriminación, siendo muy clara al respecto: «Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social».

Esta y otras normas velan por la igualdad efectiva de mujeres y hombres, pero no es suficiente. Lo cierto es que hemos heredado un sistema de valores que sigue fuertemente arraigado, en el que socialmente se considera superior al hombre solo por el mero hecho

de su condición de género. Esto implica que, aunque hayamos avanzado como sociedad moderna y tengamos un marco regulador que vele por la igualdad, aún nos quede mucho trabajo por hacer para que esto sea real.

En el pasado año, el informe *Mujer Autónoma de España* (ATA, 2021) nos muestra unos datos alentadores: en la última década el crecimiento del emprendimiento femenino es mayor que el masculino, alcanzando un crecimiento del 14,6% frente al solo el 3,5% de ellos.

Esta buena noticia de toma de acción por parte del colectivo femenino es digna de ser tenida en cuenta por lo que hacemos uso de ello para reflexionar sobre las oportunidades que les ofrece el sector turístico andaluz, analizar las tendencias económicas y ver los cambios sociales que efectivamente se han producido para buscar soluciones y promover la competitividad e igualdad a nivel de colectivo.

Entre todas y todos, hagamos de la no discriminación un principio básico de comportamiento tal y como se estipula en la Declaración Universal de Derechos Humanos de la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), las mujeres constituyen la mayoría en la fuerza laboral en gran parte de las regiones del mundo, sin embargo, los puestos de trabajo a los que acceden son los menos remunerados y con poca responsabilidad en la toma de decisiones.

5.1 La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y el Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027

La firma de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible se llevó a cabo gracias a la insistencia de los científicos sobre los graves problemas medioambientales del planeta a consecuencia de la acción del ser humano.

Los Estados miembros de las Naciones Unidas aprobaron en ella 17 objetivos imprescindibles para alcanzar un desarrollo más sostenible, estableciendo un plan a 15 años para lograrlo y comprometiéndose a facilitar la financiación necesaria para agilizar las medidas de cambio, reforzar sus instituciones para evitar obstáculos y velar por el cumplimiento real y mejorar las ratios de consecución en función de cada objetivo.

Es a nivel local donde se retoma este ambicioso proyecto, quedando reflejado como hoja de ruta del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027:

«Es el instrumento básico y esencial en la ordenación de los recursos turísticos de Andalucía para los próximos años. Y tiene como finalidad la mejora de la

gestión del turismo en un marco de desarrollo sostenible social, económico y ambiental, apostando por un modelo competitivo y emprendedor, de calidad, inteligente, igualitario e inclusivo, basado en sus recursos humanos y en el valor identitario del destino Andalucía.»

Son, por tanto, dos iniciativas de una enorme significación a nivel de sociedad y sostenibilidad, debiendo ser de obligado requisito el que quede reflejada en los planes de trabajo a futuro de cualquier entidad pública o privada.

Y así es en nuestro caso.

A continuación, analizamos la información recogida en diferentes actuaciones enmarcadas en el proyecto Emprendimiento, Mujer y Turismo de Andalucía Lab. Acciones centradas en uno de los apartados en los que ambas iniciativas disponen, el asegurar un modelo económico igualitario e inclusivo.

Y más en concreto, diseñadas y ejecutadas con la finalidad de dar a conocer la realidad de la situación de la mujer en el marco turístico andaluz y establecer vías de trabajo colectivas para mejorar su presencia y relevancia.

[Networking liderazgo femenino y turismo | Andalucía Lab →](#)

Las actuaciones enmarcadas en el proyecto Emprendimiento, Mujer y Turismo de Andalucía Lab están centradas en asegurar un modelo económico igualitario e inclusivo.





Tipo de actuaciones

En aras de alcanzar un modelo turístico igualitario e inclusivo, todas las acciones comprendidas dentro del marco *Emprendimiento, Mujer y Turismo* buscan la mejor manera de promover lo siguiente:

1. Que las mujeres que quieran desarrollar un proyecto turístico cuenten con la **información, las herramientas y el apoyo necesario** para reducir en la medida de lo posible la incertidumbre que cualquier negocio conlleva.
2. El **acceso de las mujeres a las tecnologías digitales**, sobre todo aquellas enfocadas de manera más específica al turismo.
3. Que las mujeres **fortalezcan y diversifiquen** sus productos y servicios turísticos.
4. **Alentar la participación de mujeres** en diversas sesiones de *networking* para mejorar su red de contactos y generar oportunidades con otras profesionales del sector.

Estas actuaciones han sido:

- **Consultorías privadas a proyectos turísticos liderados por mujeres**, sesiones en las que se trabaja la estrategia y la relación a largo plazo a través de la mentorización.
- **Sesiones *think tank* o laboratorio de ideas**, en donde expertos y profesionales relacionadas con el turismo (mujeres emprendedoras) reflexionan acerca de los retos y desafíos a los que se enfrenta la mujer cuando toma la decisión de emprender.
- **Presentaciones o showroom de proyectos empresariales** para dar visibilidad a proyectos turísticos dirigidos por mujeres empresarias y que sirvan de inspiración y modelo a futuras generaciones.

Publicación del ebook [Emprendimiento femenino en Turismo](#) como herramienta para visibilizar la trayectoria de un grupo de mujeres que han logrado consolidar su carrera como empresarias del sector.

[T&A Workshop, Andalucía Lab](#) →



5.2 Sesiones think tank grupales Andalucía Lab

Dedicamos un apartado especial a estas sesiones grupales por el éxito de participación que supusieron y por haber resultado ser un entorno ideal para la propuesta de acciones enmarcadas dentro del objetivo número 5 de la agenda 2030 para el desarrollo, la igualdad de género.



Sesión de trabajo grupal de 30 de mayo de 2022 | Evento online | Más de 50 asistentes

Fue la primera sesión think tank organizada por Andalucía Lab. En ella presentamos este tipo de formato compartiendo la ilusión de que pudiésemos continuarlo en el tiempo si la valoración era buena por parte de los participantes.

La temática giró en torno a las dificultades de las emprendedoras con respecto a la conciliación familiar, su empoderamiento, los techos de cristal, el *groupthinking* (no expresar opiniones propias ante un grupo), el turismo sostenible y el uso de las nuevas tecnologías.

Las intervenciones de expertos en esta ocasión corrieron de la mano de los siguientes profesionales:

- Marta Soto, Copywriter y redactora @laco-pyturistica. *Sororidad y emprendimiento en turismo*
- Amalia Fernández, proyecto Embajadoras de Futuro. *Empoderamiento tecnológico femenino*
- Zoraida Álvarez, CEO de Artèpolis. *La importancia de conocer la historia con perspectiva de género: Andalucía en femenino*
- Juan Miguel Almansa, director de RRHH de Only YOU hotels Málaga. *Mujeres en puestos de dirección en el sector hostelero*



Sesión de trabajo grupal 28 de junio de 2022 | Evento online | Más de 70 asistentes

Esta sesión la estructuramos en torno a 6 ideas fuerza establecidas en el **Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027**: la promoción el turismo local, la protección de los derechos humanos, la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, la gestión de los recursos medioambientales, el fortalecimiento de la educación e información y el acceso a un trabajo decente (definición de la Organización Internacional del Trabajo para referirse a un trabajo bien remunerado, productivo y realizado en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad humana).

Las sesiones Think Tank o laboratorio de ideas son espacios que sirven para analizar los retos de la sociedad, generar debate y proponer soluciones.

5.3 Conceptos trabajados en las acciones que promueven la igualdad de género

Conciliación y corresponsabilidad

La conciliación es compatibilizar el trabajo remunerado o emprendimiento con las tareas domésticas, las responsabilidades familiares y el tiempo privado (deporte, cultura o formación). Y la corresponsabilidad es el reparto equilibrado de las tareas domésticas y responsabilidades familiares, para que hombres y mujeres distribuyan de manera justa su disposición del tiempo.

Educación y coeducación

Cualquier tipo de educación debe basarse en la igualdad desde la diferencia, sin discriminación por motivos de sexo. Es educar a niños y niñas de la misma manera, haciendo posible la libertad de expresarse sin la interferencia de estereotipos de género.

Brecha salarial

El Observatorio de Igualdad y Empleo sitúa en un 14,1% la brecha salarial, dato que refleja la diferencia entre la remuneración por

hora, las horas trabajadas remuneradas y la tasa de empleo de las mujeres en comparación con los hombres. Lo que pone en peligro su autosuficiencia financiera incrementando además su riesgo de pobreza.

Perspectiva de género

Tener en consideración las diferencias entre mujeres y hombres en cualquier actividad o ámbito. La perspectiva de género es un método para analizar de una forma más equitativa la sociedad en la que vivimos y asegurar que mujeres y hombres influyan, participen y se beneficien de igual manera en todos los ámbitos de la política, la sociedad y la cultura.

Techo de cristal

Este término fue empleado por primera vez por Marilyn Loden consultora americana especializada en temas laborales. Hace alusión a las dificultades, visibles e invisibles, con las que topan las mujeres a la hora de ascender a cargos de mayor responsabilidad y retribución o desarrollar una actividad por su cuenta.

Estereotipos de género

Los estereotipos de género son construcciones mentales creadas en una cultura en torno al género o sexo de las personas, que se basan en prejuicios, generalidades o percepciones simplificadas del mismo. Sean en relación a la mujer o al hombre, los estereotipos de género son siempre negativos ya que impiden el libre desarrollo del individuo (condicionamiento).

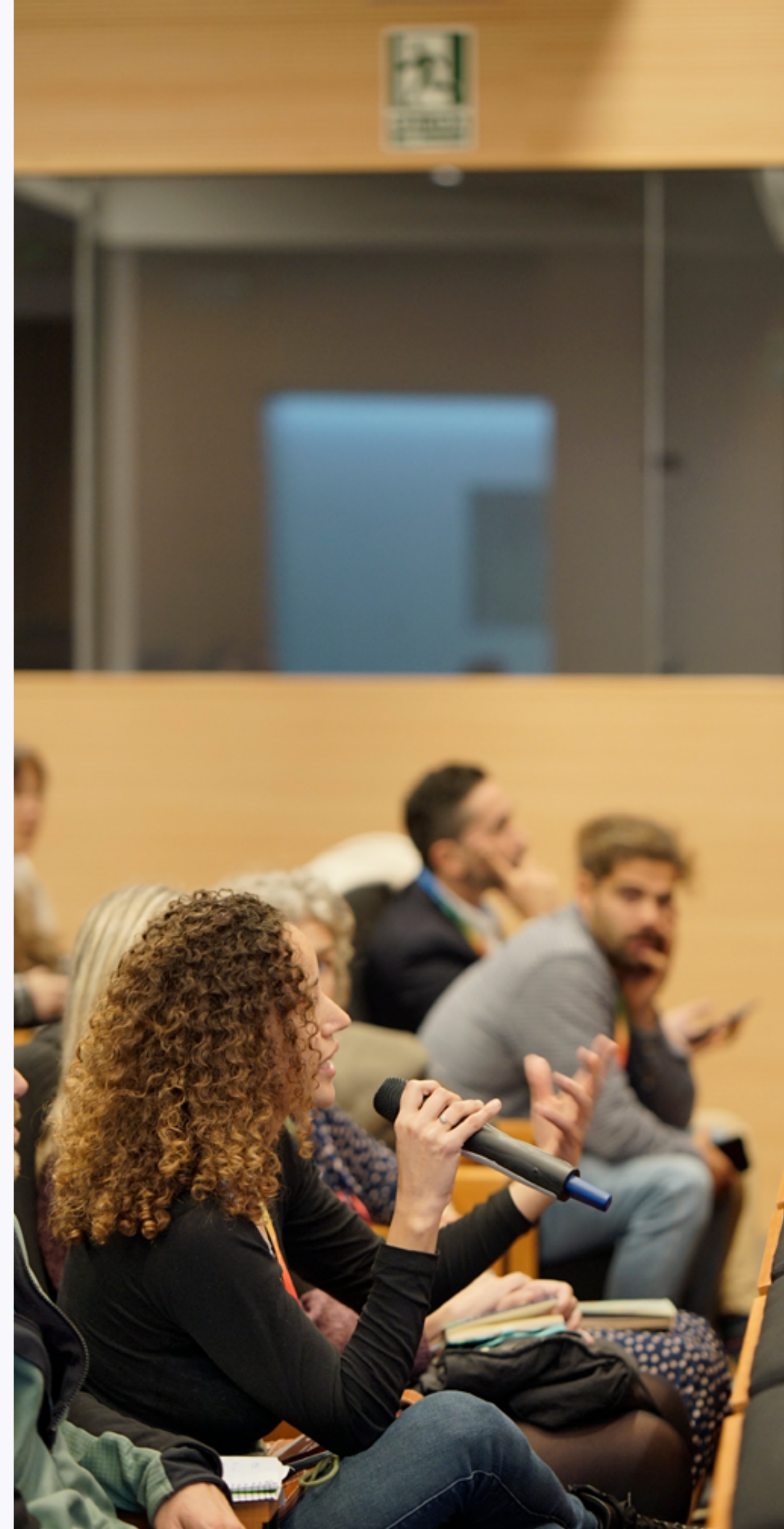
Estereotipos asociados a la mujer:

Tierna | Sumisa | Intuitiva | Pasiva | Miedosa | Necesitada de protección | Comprensiva | Insegura

Estereotipos asociados al hombre:

Agresivo | Con autoridad | Racional | Activo | Valiente | Decidido | Triunfador | Seguro

Los estereotipos de género suelen ir ligados a los de raza, lo que multiplica la desigualdad de oportunidades.



La perspectiva de género es un método para analizar de una forma más equitativa la sociedad en la que vivimos y asegurar que mujeres y hombres influyan, participen y se beneficien de igual manera en todos los ámbitos de la política, la sociedad y la cultura.

→

Trabajo precario

Las mujeres trabajan con mayor frecuencia a tiempo parcial, lo que representa menores sueldos y cargos de responsabilidad, debido en gran medida a una mayor carga de trabajo familiar y las dificultades para conciliar. Además, el empleo femenino suele concentrarse en sectores y puestos con menor remuneración.

Trabajo informal

El trabajo informal es aquel que no está registrado de manera legal con un contrato específico, siendo fuente de vulnerabilidad y pobreza. Son comunes por relaciones familiares con los empleadores o falta de oportunidades, más aceptados en el caso de las mujeres (ya desempeñan otro trabajo en casa con el cuidado familiar). En el caso del sector turístico la aparición del trabajo informal es más común en períodos de temporada alta en destinos turísticos ya consolidados.

Ámbito STEM

Relación de estudios que hacen referencia a las ramas científicas y tecnológicas. En concreto a la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas (STEM es su acrónimo en

inglés). En España, solo el 16% de los profesionales de este ámbito son mujeres, y si nos vamos al número de estudiantes las cifras se reducen drásticamente. Esta situación no se puede mejorar sin un trabajo de base que haga estas carreras más atractivas y accesibles para la población femenina.

Empoderar

La acción de empoderar empieza siempre por uno mismo. En el caso de las mujeres va ligado a los conceptos de autoconfianza y valía. Una mujer empoderada es una mujer libre de tomar sus propias decisiones, que cuenta con las herramientas necesarias para ser independiente y para desarrollarse en plenitud en todos los aspectos de su vida.

Liderazgo

Capacidad o conjunto de habilidades que sirven para influir en la forma de ser o actuar de otras personas. En los entornos laborales los líderes logran alcanzar los objetivos haciendo que su equipo trabaje de manera cohesionada y motivada. Normalmente las mujeres tienen muchas dificultades para ver este tipo de habilidades en ellas mismas, por lo que se aconseja trabajarlas de manera específica.

06

**¿Qué oportunidades ofrece
el sector turístico andaluz
a las mujeres?**

El sector turístico es un importante motor de economía en Andalucía. Según datos registrados, los ingresos por turismo se han estimado en 16 millones de euros en 2022, un 35% más que en 2021.

En cuanto a número de turistas que nos visitaron, en el tercer trimestre de 2022 se alcanzaron los once millones ciento veinticuatro mil (según resultados de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía), lo que supone un aumento del 14,8%1 con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Cifras que confirman la importancia del sector y la **necesidad de seguir mejorando a través de la tecnología, la innovación y la diversificación**. De la necesidad de ir hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible, que nos permita mantener esta posición de liderazgo a largo plazo.

Es aquí en donde la mujer puede aportar y encontrar una vía de desarrollo clave para romper con los estereotipos y conseguir una mayor realización profesional e independencia (empoderarse).

Pudiendo contar además con la ventaja de la gran diversidad de recursos y segmentos turísticos que ofrece nuestra comunidad.

Emprender es crear. El camino en el emprendimiento lo vas construyendo tú cada día.

Lorena García, de Goinsitu

A_Segmentos principales

- Turismo de litoral
- Turismo de ciudad
- Turismo familiar
- Turismo de interior
- Turismo cultural
- Turismo de eventos

B_Segmentos emergentes

→ NATURALEZA

- Ecoturismo
- Turismo ecuestre
- Turismo activo
- Astroturismo
- Cicloturismo

→ VALORES CULTURALES Y TERRITORIALES

- Turismo industrial
- Turismo cinematográfico
- Turismo gastronómico y enológico
- Turismo idiomático
- Turismo de lujo y compras

→ TARGETS POBLACIONALES

- Turismo LGTBI
- Turismo single
- Turismo accesible e inclusivo para todos
- Turismo senior
- Turismo cosmopolita

Plan general del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027

6.1 Mapa de oportunidades dentro del sector turístico

1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La presencia de las mujeres en el sector tecnológico sigue siendo residual.

Aunque en la universidad, las cifras son cada vez más alentadoras, las mujeres siguen representando menos del 20% del total de estudiantes de ciencias.

En el turismo la transformación digital es sinónimo de competitividad e innovación, y por supuesto de un abanico de oportunidades extraordinario.

Soluciones tecnológicas de automatización, internet como canal principal de promoción, comunicación y procesos de atención al cliente. Soluciones omnipresentes en todas las fases de un proceso de venta y entrega de servicios, que son ya tan habituales, que ni nos damos cuenta de que están ahí.

Pero detrás de todo esto está lo último en investigación y tecnología de:

Big data

Término en inglés que se emplea para hacer referencia a las distintas estrategias que se usan para recopilar y analizar una gran cantidad de datos, datos que dada su velocidad y cantidad necesitan de tecnología específica para ser gestionados. La globalización, la concentración de usuarios y los avances tecnológicos en almacenamiento de datos, han disparado la demanda de servicios y profesionales de esta especialidad.

Inteligencia artificial

Es la capacidad de un sistema para interpretar, actuar y aprender en base a unos datos recibidos, imitando la facultad de pensar de los humanos.

Aunque se habla de Inteligencia Artificial desde los años 50, su popularidad ha crecido a la par que el *big data*, ya que ambas disciplinas necesitan de tecnología específica y una gran cantidad de datos para su desarrollo.

La transformación digital es sinónimo de competitividad e innovación, y por supuesto de un abanico de oportunidades extraordinario para las mujeres.





El entorno móvil tiene un destacadísimo papel en el desarrollo de cualquier negocio por su rol como punto de conexión principal con clientes.

Internet de las cosas (IoT)

La posibilidad de conectar a internet objetos cotidianos para registrar gran cantidad de datos o realizar una determinada acción ante una situación concreta.

Entorno móvil

El entorno móvil tiene un destacadísimo papel en el desarrollo de cualquier negocio por su rol como punto de conexión principal con clientes. Los usuarios utilizan el móvil a diario para cualquier tipo de tarea: obtener información, geolocalizar lugares, pagos, entretenimiento, etc.

Y esto no es todo. Este ánimo por incorporar la tecnología digital de manera natural e inmediata en el emprendimiento femenino también enlaza con uno de los proyectos más relevantes promovidos por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), el programa de Destinos Turísticos Inteligentes:

Un programa que contribuye a mejorar la competitividad de los destinos turísticos y la calidad de vida de sus residentes incidiendo en cinco ámbitos de actuación: la gobernanza, la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad.

← [My Street Book](#)

Ideas para fomentar el emprendimiento digital femenino en Andalucía

- Contar con un espacio de *coworking* físico para cohesionar, crear lazos de confianza y trabajo.
- Promover acuerdos de colaboración entre empresarias (unir talentos diversificados).
- Mostrar referentes e iniciativas de manera continuada.
- Crear grupos de trabajo, premios o reconocimientos.
- Organizar eventos y encuentros periódicos (foros, debates, etc.).
- Acercar los centros educativos de primaria y secundaria a la tecnología y contar siempre con referentes femeninos.
- Visibilizar casos de éxito tecnológicos locales.

Ideas para poder promover el comercio y consumo de productos locales:

- Charlas temáticas e información sobre productos locales en las oficinas de turismo.
- Eventos gastronómicos organizados por lo ayuntamientos, comarcas o mancomunidades.
- Creación de visitas y rutas específicas relacionadas con la gastronomía.
- Campañas específicas de visibilidad de productores y productos.
- Tratar la importancia del desarrollo local y la alimentación saludable como parte del temario en educación primaria y secundaria.
- Promover el contacto entre productores y comercializadores (dentro y fuera del ámbito local).
- Promover el asociacionismo.
- Proyectos específicos de digitalización (marketing, posicionamiento, geoposicionamiento.).
- Promover en restauración el producto de temporada y kilómetro cero (menús, platos específicos, tapas, etc.).

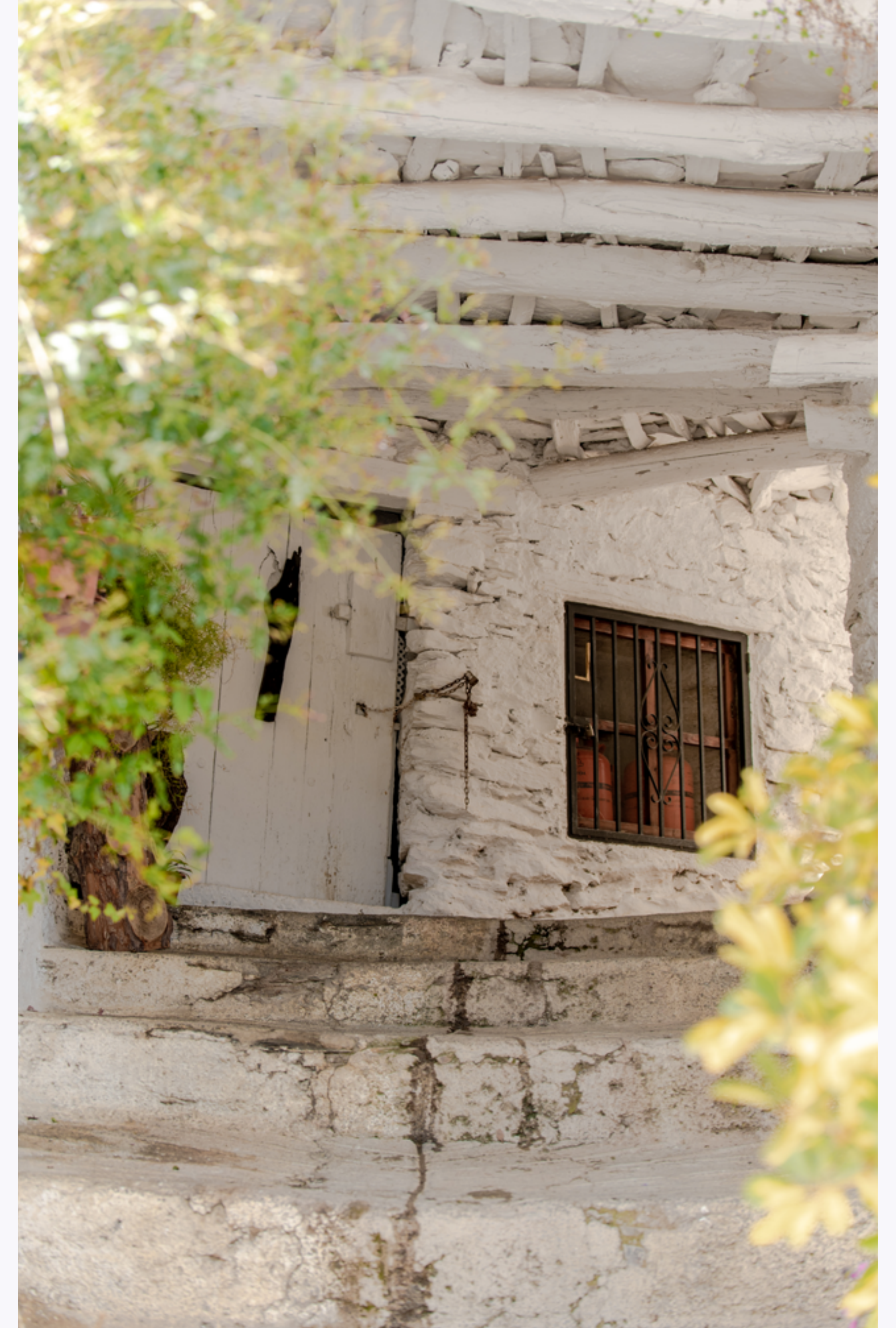
2. TURISMO SOSTENIBLE, CONSUMO Y COMERCIO LOCAL.

Dentro del amplio abanico de la temática de turismo sostenible, elegimos el comercio y consumo de productos locales como actividad en donde convergen los tres ejes de la sostenibilidad: el económico, el social y el medioambiental.

- **Económico:** es la parte relacionada con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Para ser sostenible hay que reducir el uso de materiales y recursos. Un esfuerzo que sin duda también se verá reflejado en los costes.
- **Social:** crear mecanismos y proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, con el fin de favorecer el desarrollo personal y colectivo de la población.
- **Ambiental:** preservar el medio ambiente y reducir el uso de recursos naturales de manera que se asegure su disponibilidad para las generaciones futuras reduciendo el daño al planeta.

El comercio y consumo de productos locales puede suponer una importante red de sustento para la población, evitando la despoblación y la pérdida de identidad cultural y patrimonial.

[Alpujarra Experience →](#)



3. TURISMO NACIONAL O TURISMO DOMÉSTICO

El turismo nacional o doméstico agrupa todas las actividades turísticas de las personas que viajan por placer a otras zonas de su propio país o comunidad.

Tres son los aspectos más relevantes para fomentar este tipo de destinos y tenerlo en cuenta como base para un negocio turístico:

Cercanía: al ser destinos más cercanos y accesibles, en muchas ocasiones se podrá prescindir de medios de transporte masivos permitiendo la personalización y comodidad de un vehículo propio o reducir drásticamente los tiempos de desplazamiento.

El idioma: es toda una ventaja no tener que sufrir las dificultades propias de expresarse en un idioma diferente y no habitual.

Idoneidad para un segmento muy definido de viajeros: dejando a un lado los grandes destinos turísticos nacionales altamente estacionales, el turista interesado en conocer su entorno valora y busca la protección del patrimonio y la cultura, y entiende los beneficios sociales de mantener la actividad económica en zonas menos célebres.

Ideas para poder promover el turismo nacional

- Elaboración de programas de radio, televisión, *podcast* o contenido en redes sociales que den a conocer el rico patrimonio nacional a nivel de comunidad o país.
- Publicidad específica en donde se despierte la curiosidad por conocer emplazamientos nacionales.
- Señalización y diseño de espacios y rutas para facilitar su difusión y reconocimiento.
- Como municipio o ciudad asegurarse de tener todo geolocalizado y con información actualizada (restaurantes, puntos de interés, comercios locales, actividades, etc).
- Contar con los profesionales turísticos de tu zona para elaborar medidas o un plan específico que aúne los esfuerzos de todos.
- Que las agrupaciones agrícolas o ganaderas de una zona se unan para mejorar las condiciones propias de su negocio y también para promover su preservación y sostenibilidad (ej.: cooperativas oléicas).

Nature Space Jabugo ↓



6.2 Retos de la mujer emprendedora en turismo

Aunque en esta publicación hacemos referencia al entorno turístico, a la hora de hablar de retos podemos decir que estos serían de aplicación general, pues serían muy similares en otros sectores.

Dividimos en dos los tipos de retos o dificultades a las que se suelen enfrentar en su camino:

1. INTERNOS o CONTROLABLES

Son intrínsecos a la condición de ser mujer, fomentados por años de condicionamiento social en que la mujer es siempre considerada como inferior y más débil que el hombre. Es clave trabajarlos primero a nivel personal, ya que no son más que una idea generalizada. Mientras más preparada se esté a nivel mental para el emprendimiento, más posibilidades de éxito habrá.

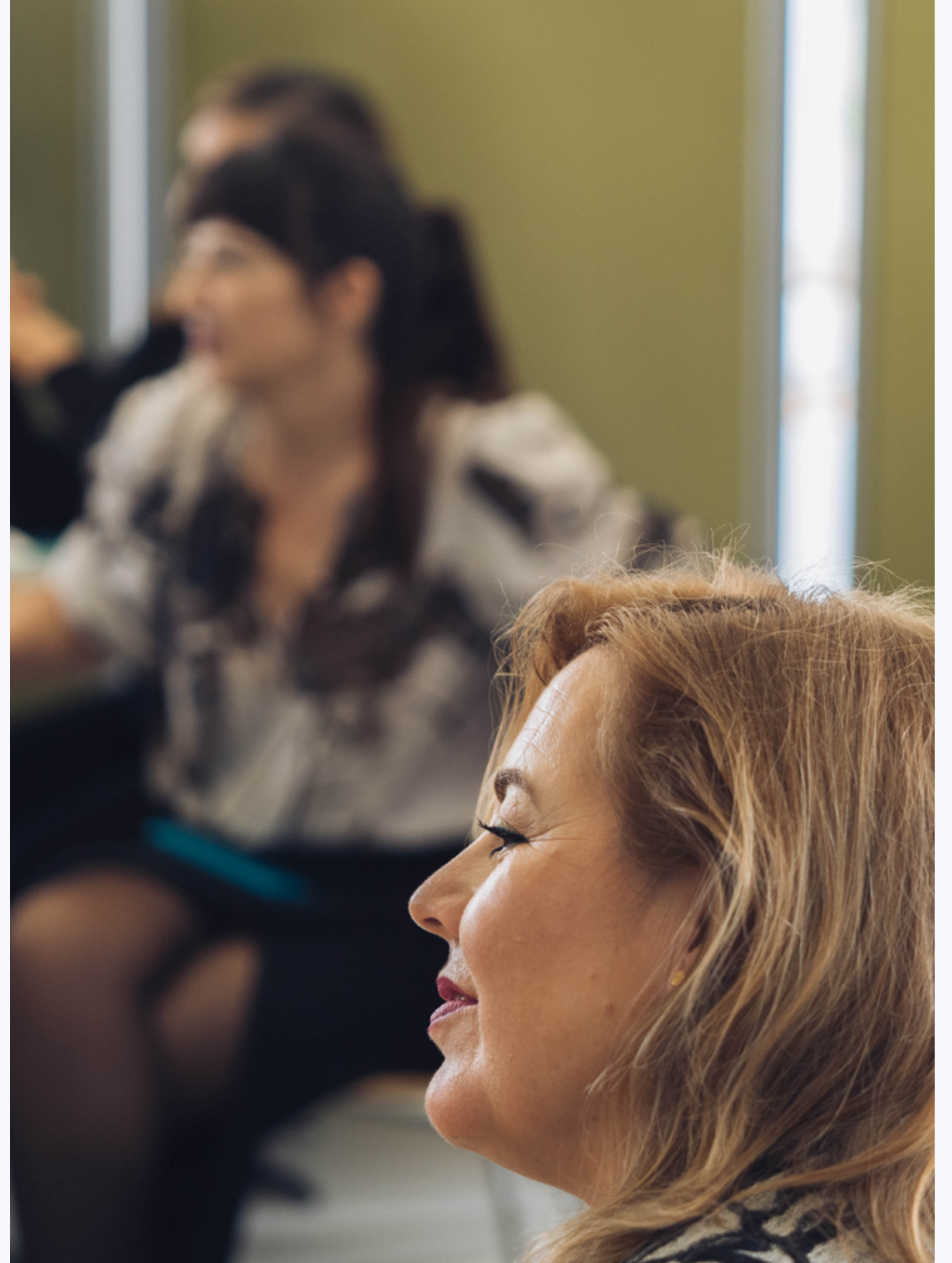
- Falta de confianza y autoestima
- Falta de conocimiento o formación
- Altos niveles de autoexigencia

2. EXTERNOS o NO CONTROLABLES

Factores que no provienen de ellas mismas y que por tanto no se pueden controlar. Proviene del entorno, de la cultura, los medios de comunicación, del país en donde se vive o la población en general.

- Dificultades burocráticas para emprender y gestionar un negocio.
- Falta de apoyo por parte del entorno
- Dificultades para acceder a financiación externa.
- No contar con herramientas que faciliten la maternidad y la conciliación familiar
- Dificultades para contar con recursos propios para invertir
- Nula visibilidad de referentes en los que se puedan inspirar

[Networking liderazgo femenino y turismo | Andalucía Lab ->](#)



07

Conclusiones

No queremos terminar esta publicación sin ofrecer una visión agrupada de las cuestiones que más se han repetido a lo largo de este estudio y que quisiéramos destacar :

- Cada vez **son menos las mujeres que se ven intimidadas a la hora de emprender** por hacerlo en un ambiente dominado históricamente por hombres. Es algo asumido que saben que va a formar parte de su trabajo y por el que se tendrán que esforzar más, pero ello no las hace retroceder.
- En general todas las mujeres entrevistadas en el presente *ebook* insisten en lo **recomendable que sería incluir en el temario de las escuelas (primaria y secundaria) formación sobre economía familiar, información básica financiera, emprendimiento y capacidades de comunicación**. La mayoría de ellas también coinciden en la importancia de tener presentes y visibilizar modelos de referencia femeninos.





- **La maternidad y el cuidado de la familia dificultan en gran medida una mayor facturación de los negocios liderados por mujeres.** Esto es una simple cuestión matemática, puesto que disponen de menos horas para dedicarle al negocio (han de compatibilizarlo con la vida familiar). Esto también provoca que retrasen la incorporación de trabajadores adicionales a sus negocio y que mantengan estructuras empresariales más pequeñas y durante más tiempo.
- Se aboga por una **actualización** urgente del modelo de empresariado autónomo. **Reducir la burocracia y establecer unos pagos más acordes a la facturación**, sobre todo, de los primeros años o de un primer bloque de ingresos (un mínimo con tributación reducida o incluso exento).

← [Goinsitu](#)

- Las palabras más usadas por las entrevistadas a la hora de preguntarles acerca del emprendimiento femenino han sido **PODER, SATISFACCIÓN y GRATITUD**. Asumen que no han elegido un camino fácil, y que saben que van a seguir sufriendo muchas dificultades, pero cuando logran salir adelante la satisfacción siempre es indescriptible.
- El emprendimiento femenino reflejado en este *ebook* contiene un **alto grado de cohesión social**. Estas mujeres desarrollan actividades íntimamente ligadas a la protección de patrimonio cultural, rural, del medio ambiente y proyectos que quieren destacar por ser sostenibles y respetuosos, creando sinergias entre modelos de negocio y el entorno en el que se desarrollan.



08

Bibliografía sobre mujer y turismo

Listado de referencias

ANDALUCÍA LAB, 2022. *Think Tank Mujer, emprendimiento y turismo*.

ADAMS. Unidad de aprendizaje Formación para la igualdad.

CONSEJERÍA DE TURISMO, REGENERACIÓN, JUSTICIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL, 2021. *La economía del turismo en Andalucía*. [Consulta noviembre 2022] Disponible en: https://multimedia.andalucia.org/saeta/economia_2021.pdf

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. *Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030* [consulta octubre 2022]. Disponible en: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>

FUNDACIÓN ‘LA CAIXA’ El observatorio social, 2022. *El ámbito de las STEM no atrae el talento femenino* [Consulta noviembre 2022]. Disponible en: <https://elobservatoriosocial.fundacionlacaixa.org/-/el-ambito-de-las-stem-no-atrae-el-talento-femenino#:~:text=El%20rendimiento%20de%20las%20mujeres%20en%20carre-ras%20del%20%C3%A1mbito%20de,aprobados%20respec-to%20a%20los%20matriculados>.

ABELLAN CALVET, N., IZCARA CONDE, C. y SALVADOR ALMELA, M., 2020. Feminización del empleo turístico y precariedad laboral. *Revista: Estudios & Prácticas* [en línea]. *Revista Turismo Estudos e Práticas – RTEP/UERN* [en línea]. S.L.: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, vol. 9, no. Dos-siê Temático 2, pp. 1-13 [consulta: 2 de noviembre de 2022]. ISSN 2316-1493. Disponible en:<https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/662>

ABELLAN CALVET, N., IZCARA CONDE, C., LÓPEZ BALLART, A.

y SALVADOR ALMELA, M., 2021. *Desigualdades de género en el mercado laboral turístico* [en línea]. Barcelona: Alba Sud [Consulta: 06 octubre 2022]. ISBN 978-84-09-27596-0. Disponible en: <http://www.albasud.org/publ/docs/97.pdf>

AMARAL FERREIRA, M. L., y FREITAS DA COSTA, M., 2019. “No tan desvergonzadas”: el empoderamiento de las mujeres gordas y sus cuerpos en los destinos de sol y playa. *Estudios y perspectivas en turismo* [en línea], Vol. 29, núm. 2, pp. 472-500 [consulta: septiembre 2022]. ISSN 1851-1732. Disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V29/N02/v29n2a08.pdf>

ANDALUCÍA LAB, 2020. *Emprendimiento femenino en turismo : mujer y turismo* [en línea], Sevilla : Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local [consulta septiembre 2022]. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/ctrjal/publicaciones/143621146.pdf>

ARIZA-MARÍN, L.J., y BOLAÑOS-BRICEÑO, J.A., 2020. Ecoturismo, mujer y desarrollo: reflexiones sobre la participación femenina en la práctica del turismo en áreas protegidas en Colombia. *Perspectiva Geográfica* [en línea], vol. 25, no. 1, pp. 143-163. ISSN 0123-3769. Disponible en: <https://doi.org/10.19053/01233769.10772>

BARRIENTOS, A., PARRA-LÓPEZ, E. y GONZÁLEZ, J.A.M., 2020. La imagen y empoderamiento de la mujer en el sector turístico. *adResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación* [en línea]. S.L.: ESIC Business & Marketing School, no. 22 (marzo), pp. 164-175 [consulta: 2 de noviembre de 2022]. ISSN 1889-7304. Disponible en: <https://doi.org/10.7263/adresic-022-09>

BALBUENA VÁZQUEZ, A. y LÓPEZ LÓPEZ, A., 2021. Percepción de las camaristas de hoteles en Cancún sobre su situación laboral : una perspectiva cultural del género en turismo. *Investigaciones Turísticas* [en línea], núm. 22, pp. 231-253 [consulta septiembre 2022]. ISSN 2174-5609. Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/116575/6/Investigaciones-Turisticas_22_10.pdf

BARBERY KNAUDT, R., MARCO NAVARRO, F. y SUBIRANA OSUNA, J.F., 2021. *El turismo, una apuesta por el desarrollo con rostro de mujer: el caso de la Chiquitania en Bolivia* [en línea]. Santa Cruz de la Sierra: Centro para la Participación y el Desarrollo Humano Sostenible [consulta: 3 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://cepad.org/wp-content/uploads/2022/02/El-turismo-una-apuesta-por-el-desarrollo-con-rostro-de-mujer.pdf>

CAAMAÑO FRANCO, Í., ANDRADE SUÁREZ, M. y PÉREZ GARCÍA, A., 2020 El turismo marinerero como opción de desarrollo local sostenible a partir del empoderamiento femenino. *Cuadernos de turismo*. [en línea], Núm. 46, pp. 459-487 [consulta septiembre 2022]. ISSN 1989-4635. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/451921/296351>

CARDUCCI, A.M., 2020. *Mujer y turismo : estereotipos y roles de género en el ámbito laboral* [en línea]. Trabajo Final de Práctica Profesional. Universidad Nacional de San Martín [Consulta: 16 septiembre 2022]. Disponible en: <http://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1272>

CAÑADA, E., 2019. El trabajo de las camareras de piso : un estado de la cuestión. *Papers de turisme*. [en línea], Núm.62, pp. 67-84 [consulta septiembre 2022]. ISSN 2255-1638 Disponible en: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/>

[Papers/article/view/514/](https://papers/article/view/514/Papers/article/view/514/)

CARVALHO, I., 2021.Traditional family ideology and women managers in tourism. *Revista turismo & desenvolvimento* [en línea], Vol. 36, núm. 2, pp. 111-124 [consulta septiembre 2022]. ISSN 1645-9261. Disponible en: <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/4638/18753>

CEJUDO, E., CAÑETE, J. A., NAVARRO, F., CAPOTE, A., 2021. Fracaso en la implementación de los proyectos Leader en el rural profundo de Andalucía (España): juventud y mujer. *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)* [en línea], (33), 249-277 [Consulta: 20 septiembre 2022]. Disponible en: <https://doi.org/10.4422/ager.2021.13>

CRESPÍ VALLBONA, M. 2021. Perspectiva de género y dirección de organizaciones turísticas. En: Actas del III Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior: cambios en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las Áreas del Conocimiento: 15-20 de noviembre de 2021. Compiladora María del Mar Molero Jurado, et al. S.L.: Asociación Universitaria de Educación y Psicología (ASUNIVEP), Vol. 2, 2021 (Comunicaciones), pág. 105. ISBN 9788409354931.Disponible en bibliotecas universitarias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8233639>

DÍAZ CARRIÓN, Isis Arlene, 2021. 15 años de estudios de género y turismo en América Latina: Una radiografía del género como categoría de estudio. *El Periplo Sustentable* [en línea]. [S.l.]: Universidad Autónoma del Estado de México, no. 40, pp. 145-171 [Consulta: 05 octubre 2022]. ISSN 1870-9036, 1870-9036. Disponible en: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/11563>

→

Gestión, turismo y género. 2019. Coordinadores Jakson Renner Rodrigues Soares, Raquel Santiago Romo, y Larissa Paola Macêdo Castro Gabriel. S.L.: Aranzadi Thomson Reuters. ISBN: 978-84-1309-499-1. Disponible en bibliotecas universitarias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=854016>

EXCELTUR, Alianza para la Excelencia turística, 2018. Estudio sobre el empleo en el sector turístico español [en línea]. S.L.: EXCELTUR [Consulta: 16 septiembre 2022]. Disponible en: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>

FIGUEROA DOMEQ, C. y SEGOVIA-PÉREZ, M., 2020. Application of a gender perspective in tourism research: a theoretical and practical approach. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico* [en línea]. S.L.: Emerald Publishing Limited, vol. 27, no. 2, pp. 251-270 [consulta: 05 octubre 2022]. ISSN 2254-0644. Disponible en: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTA-02-2019-0009/full/html>

FLORES RUIZ, David y BARROSO GONZÁLEZ, María O, 2009. Turismo rural y mujer. El Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas. *Estudios Turísticos*, no. 182, pp. 95-109. ISSN 0423-5037. Disponible en: <https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?ACC=DOSEAR-CH&xsqf99=13204503.titn>.

FLORES RUIZ, D., BARROSO GONZÁLEZ, M.O., 2011. La mujer en el turismo rural : un análisis comparativo de género en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (comarca Noroccidental andaluza). *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* [en línea]. Nº 10, págs. 39-69 [consulta: 3 de noviembre de 2022]. ISSN 1578-7168. Disponi-

ble en: <http://hdl.handle.net/10272/10816>

FLORES RUIZ, D. y PULIDO FERNÁNDEZ, J.I., 2013. Análisis del papel de la mujer en el turismo rural: Dos estudios de caso en Andalucía. En: *Las nuevas tendencias y tecnologías en la comercialización de productos turísticos*. S.L.: Tirant lo Blanch, pp. 425. ISBN 978-84-9033-903-9. Disponible en bibliotecas universitarias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7169625>

FLORES RUIZ, D., PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. y SÁNCHEZ RIVERO, M., 2015. Mujer, desarrollo rural y turismo. Análisis de casos en comarcas rurales andaluzas. *Spanish journal of rural development*, vol. 6, no. 1-2, pp. 9-22. ISSN 2171-1216. Disponible en bibliotecas universitarias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5137041>

GALLEGO MARTÍNEZ, D., 2019. *La investigación con perspectiva de género y turismo en España*. Análisis bibliométrico de la revista *cuadernos de turismo y Annals of Tourism Research* [en línea]. Trabajo final de grado. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona [Consulta: 16 septiembre 2022]. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/217043>

GARRIDO, M., 2015. Turismo rural y género: el caso del bosque modelo urbión. *Espacio I+D, Innovación más desarrollo* [en línea], vol. 4, no. 8. [Consulta: 16 septiembre 2022]. ISSN 2007-6703. Disponible en: <https://doi.org/10.31644/IMASD.8.2015.a03>

GUTIÉRREZ CRUZ, M., 2021. *La mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica* [en línea]. Tesis doctoral. Universidad de Alcalá [Consulta: 05 octubre 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=286789>

GUTIÉRREZ CRUZ, M., SUCH DEVESA, M.J. y GABALDÓN QUIÑONES, P., 2020. La mujer emprendedora en el turismo rural : peculiaridades del caso costarricense a través de la revisión bibliográfica. *Cuadernos de turismo* [en línea], Núm. 46, pp. 185-214 [consulta septiembre 2022]. ISSN 1989-4635. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/451691/296121>

GUTIÉRREZ CRUZ, M., SUCH DEVESA, M.J. y GABALDÓN QUIÑONES, P., 2021. Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Investigaciones Turísticas* [en línea], Núm. 22, pp. 148-175 [consulta septiembre 2022]. ISSN 2174-5609. Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/116572/6/Investigaciones-Turisticas_22_07.pdf

GAGO GARCÍA, C., GONZÁLEZ RELAÑO, R. y BABINGER, F., 2021. Impacto de la crisis de la COVID-19 en el empleo del sector turístico en España : perspectiva territorial y de género. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* [en línea], Núm. 91, 40 p. [consulta septiembre 2022]. ISSN 2605-3322. Disponible en: <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/3162>

ÍÑIGUEZ BERROZPE, T., PLUMED LASARTE, M., y LATORRE MARTÍNEZ, M. P. , 2014. Representatividad de la mujer en el sector turístico: análisis de la desigualdad de género en entidades públicas y privadas dedicadas al Turismo en España. *Acciones e investigaciones sociales* [en línea], no. 34, pp. 155-181. ISSN 1132-192X. Disponible en: <https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/ais/article/view/915>

LEBRUN MAYOULOU, S.J. y IDELHADJ, A., 2022. Le rôle de la femme rural congolaise dans le développement local à

travers le tourisme alternatif. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio* [en línea], Vol. 6, núm. 1, pp. 107-133 [consulta septiembre 2022]. ISSN 2660-9320. Disponible en: <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/14577>

LÓPEZ-GONZÁLEZ, J. L. y MEDINA-VICENT, M., 2020. Las Kellys y el turismo: de la invisibilidad del cuidado a la visibilidad política [en línea]. *Digithum*, n.º 25, pp. 1-13. Universitat Oberta de Catalunya y Universidad de Antioquia [consulta: el 3 de noviembre de 2022]. Disponible en: <http://doi.org/10.7238/d.v0i25.3175>

MARTÍNEZ GAYO, G. y MARTÍNEZ QUINTANA, V., 2020. Precariedad laboral en el turismo español bajo la perspectiva de género. *Pasos : revista de turismo y patrimonio cultural* [en línea], Vol. 18, núm. 4, pp. 649-665 [consulta septiembre 2022].ISSN 1695-7121. Disponible en: <http://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/1881/1547>

MARTÍNEZ QUINTANA, V., 2019. Empoderamiento y desigualdad en el trabajo turístico femenino: una perspectiva comparada. *Papers de Turisme* [en línea], num. 62, págs, 46-66 [consulta: 28 septiembre 2022]. Disponible en: <http://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/513/423>

MEJÍA VÁZQUEZ, R., et al., 2019. Turismo y género : una aproximación al estado de conocimiento. *Gran Tour : Revista de Investigaciones Turísticas* [en línea], Núm. 20, pp. 38-55 [consulta septiembre 2022]. ISSN 2172-8690. Disponible en: <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/111/57>

MORALES HERNÁNDEZ, A.M. y FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, C.,

→

2019. Acceso a la autonomía económica de las mujeres a través del turismo rural en la isla de La Palma. Investigaciones Turísticas [en línea],18: 22-41 [consulta: 16 septiembre 2022]. ISSN 2174-5609. DOI 10.14198/INTURI2019.18.02. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/99673>.

MORENO ALARCÓN, D., 2016. Guía didáctica turismo responsable y sostenible en Andalucía: el desarrollo del turismo desde el enfoque de género [en línea]. Córdoba: Centro de Iniciativas para la Cooperación Bata [consulta: 21 septiembre 2022]. Disponible en: http://www.cicbata.org/sites/default/files/guia_turismo_responsable_genero.pdf

MORENO ALARCÓN, D., 2017. *Turismo y género: un enfoque esencial en un contexto de desarrollo sostenible y responsable del turismo* [en línea]. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid [Consulta: 20 septiembre 2022]. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49499/>

MORENO ALARCÓN, D., 2018a. Cómo elaborar un diagnóstico de género y turismo en un contexto rural [en línea]. Barcelona: Alba Sud [Consulta: 05 octubre 2022]. Disponible en: <http://www.albasud.org/publ/docs/84.pdf>

MORENO ALARCÓN, D., 2018b. Feminist Perspectives in the Development of Action Plans for Tourism. En: *Gender Equality and Tourism: Beyond Empowerment* [en línea]. S.L.: CAB International [Consulta: 21 septiembre 2022]. Disponible en: https://www.academia.edu/36958790/Feminist_Perspectives_in_the_Development_of_Action_Plans_for_Tourism_pdf

MORENO ALARCÓN, D., 2019a. Género y turismo: un cuaderno inacabado. En: *Turistificación global: perspectivas críticas en turismo*. S.L.: Icaria, pp. 163-178. ISBN 978-84-9888-924-6.

Disponible en bibliotecas universitarias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7576596> Además disponible en: https://www.academia.edu/40878723/VII_G%C3%89NE-RO_Y_TURISMO_UN_CUADERNO_INACABADO

MORENO ALARCÓN, D. 2019b. No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism* [en línea]. S.L.: Taylor & Francis (Routledge), 27(7), 903-919 [consulta: 21 septiembre 2022]. Disponible en: <https://uwe-repository.worktribe.com/output/850119/no-sustainability-for-tourism-without-gender-equality>

MORENO ALARCÓN, D., 2020. El impacto de género de la COVID-19 en el turismo. *Revista Turismo Estudos e Práticas – RTEP/UERN* [en línea]. S.L.: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, vol. 9, no. Dossiê Temático 2, pp. 1-7 [consulta: 2 de noviembre de 2022]. ISSN 2316-1493. Disponible en: <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/663/633>

MORENO ALARCÓN, D., 2021b. Turismo e gênero na Agenda 2030- rumo ao trabalho digno [en línea]. S.L.: Centro de Pesquisa e Formação - Edição Especial [Consulta: 21 septiembre 2022]. Disponible en: <https://portal.sescsp.org.br/files/artigo/f8b6c690/bf15/4dc4/93b8/2bbd833a45a9.pdf>

MORENO ALARCÓN, D. y CAÑADA MULLOR, E., 2018. *Dimensiones de género en el trabajo turístico* [en línea]. Barcelona: Alba Sud [Consulta: 28 septiembre 2022].Disponible en: <http://www.albasud.org/publ/docs/81.pdf>

MORENO ALARCÓN, D., MOLINA, C. y ROMERO, M. 2021. *Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica* [en línea]. S.L.: RIMISP [Con-

sulta: 21 septiembre 2022].

Disponible en: <https://www.rimisp.org/documentos/documentos-de-trabajo/turismo-con-enfoque-de-genero-y-cadena-de-valor-en-los-paises-del-triangulo-norte-de-centroamerica/>

MOYANO CASTOLO, L.M., MENDOZA CASTILLO, R., FAUGIER FUENTES, E., y BARAJAS PORTAS, K., 2022. Desempeño laboral en mujeres ejecutivas del sector turístico: uso de redes sociales y competencias digitales. *The Anáhuac journal* [en línea], vol. 22, no. 1, pp. 118-150 [consulta: 4 de noviembre de 2022]. ISSN 2683-2690. Disponible en: https://revistas.anahuac.mx/the_anahuac_journal/article/view/1335

Mujer y alta dirección en el sector turístico. 2014. Coordinadoras Mónica Segovia Pérez y Cristina Figueroa Domecq. S.L.: Síntesis. . ISBN 978-84-9077-053-5. Disponible en bibliotecas universitarias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=727345>

NASH, M., 2020. Turismo, género y neocolonialismo: la sueca y el donjuán y la erosión de arquetipos culturales franquistas en los 60. *Historia Social*, no. 96, pp. 41-62. ISSN 0214-2570. Disponible en bibliotecas universitarias:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7232215>

NAVARRO COSME, C., 2019. Glass ceiling barriers: the touristic sector [en línea]. Trabajo fin de grado. Sevilla: Universidad de Sevilla [consulta: 28 septiembre 2022]. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/88889> .

NOGUER-JUNCÀ, E. y CRESPI-VALLBONA, M., 2021. Perspectiva de género en la educación universitaria: el caso de los

grados en turismo en Cataluña [en línea]. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, vol. 10, no. 2, pp. 81-111 [Consulta: 06 octubre 2022]. ISSN 2014-3680. Disponible en: DOI <https://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/rimcis/article/view/8156>

NICOLÁS.C., RIQUELME.P, y GARCÍA. C. & MANZANARES.A., 2020. Características de la emprendedora turística en el medio rural de la Región de Murcia. *Journal of Tourism and Heritage Research* [en línea], vol, nº 3, nº1 pp.227-245 [consulta: 3 de noviembre de 2022]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554082>

ONS CAPPÀ, M., SÁNCHEZ OLLERO, J.L. y GARCÍA POZO, A., 2020. Diferencias de género en los rendimientos del capital humano en el sector de la hostelería en España. *Investigaciones Turísticas* [en línea]. Alicante: Universidad de Alicante, 19: 28-49 [consulta: 28 septiembre 2022]. ISSN 2174-5609. DOI 10.14198/INTURI2020.19.02. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/106770>.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2021. *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo* [en línea]. 2ª ed. Madrid : OMT [consulta septiembre 2022]. ISBN 978-92-844-2275-3. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422753>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2022a. *Estrategia de igualdad de género para las empresas turísticas* [en línea]. Madrid : OMT [consulta septiembre 2022]. ISBN 978-92-844-2330-9. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284423309>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2022b. *Orienta-*

→

ciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo [en línea]. Madrid : OMT [consulta septiembre 2022]. ISBN978-92-844-2328-6. Disponible en:<https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284423286>

RAMOS, D., MALTA, A. y COSTA, C., 2021. Uma perspetiva teórica sobre o turismo, género e objetivos de desenvolvimento sustentável. *Revista turismo & desenvolvimento* [en línea], Vol. 36, núm. 2, pp. 619-629 [consulta septiembre 2022]. ISSN 1645-9261. Disponible en: <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/26034/18843>

REBOLLEDO DUJISIN, P. y FERNÁNDEZ BRIONES, A., 2022. La participación laboral de la mujer en el turismo aventura : caso de estudio de la región de Valparaíso, Chile. *Pasos : revista de turismo y patrimonio cultural* [en línea], Vol. 20, núm.1, pp. 169-180 [consulta septiembre 2022]. ISSN 1695-7121. Disponible en: <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/3115/1634>

RICO GONZÁLEZ, M. y GÓMEZ GARCÍA, M. J., 2005. La participación empresarial de la mujer en las iniciativas de turismo rural en Castilla y León [en línea]. *Estudios Turísticos*, no. 166, pp. 97-113 [Consulta: 06 octubre 2016]. ISSN 0423-5037. Disponible en: https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/94696.pdf

SALAS VALLINA, A., 2019. Igualdad de género en la función directiva hotelera de la Comunitat Valenciana : análisis de barreras y propuestas para promover la igualdad. *Papers de turisme* [en línea], Núm.62, pp. 24-45 [consulta septiembre 2022]. ISSN 2255-1638. Disponible en : <http://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/512/422>

SEGOVIA PÉREZ, M., et. al. 2019. Caracterización de la brecha salarial en el turismo rural español: una comparativa con el entorno laboral turístico urbano [en línea]. *Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural = Journal of depopulation and rural development studies*, no. 26, pp. 7-34 [consulta: 06 octubre 2022]. ISSN 1578-7168. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/296/29659260001/29659260001.pdf>

SEGOVIA PÉREZ, M. y FIGUEROA DOMEQ, C. , 2018. *Turismo y género : la perspectiva inclusiva en la gestión turística*. Barcelona : Editorial UOC. ISBN 9788491802198. Disponible en [bibliotecas universitarias](#)

SEGOVIA PÉREZ, Mónica, FIGUEROA DOMEQ, Cristina, FUENTES-MORALED, Laura y MUÑOZ-MAZÓN, Ana, 2019. Incorporating a gender approach in the hospitality industry: Female executives’ perceptions. *International Journal of Hospitality Management* [en línea]. United States of America: Elsevier, vol. 76, pp. 184-193 [consulta: 4 noviembre 2022]. ISSN 0278-4319. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.008>

SEMPERE BROTONS, Sonia, 2020. Turismo de voluntariado enfocado al empoderamiento de la mujer en países en vías de desarrollo [en línea]. Trabajo Fin de Grado. Alicante: Universidad de Alicante [consulta: 16 septiembre 2022]. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/109397>

SILLERO FRESNO, R., 2021. La casa-patio cordobesa. La mujer como eje vertebrador. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio* [en línea], no. 22, pp. 380-385 [consulta: 3 de noviembre de 2022]. ISSN 2445-2696. Disponible en: <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/>

[article/view/8465/8438](#)

TAMARES GONZÁLEZ, Yonairy, 2022. La invisibilización de la mujer trabajadora en el sector turístico en los medios de comunicación [en línea]. Trabajo Fin de Grado. Oviedo: Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos" [consulta: 20 septiembre 2022]. Disponible en: <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/64167>

TÁRRAGA DAVIA, J. B. y MORALES PÉREZ, S., 2021. Empoderamiento femenino y desarrollo local en la España vaciada: caso de estudio : Teruel. *ROTUR : revista de ocio y turismo* [en línea], Vol. 15, núm. 2, pp. 45-60 [consulta septiembre 2022]. ISSN 1888-6884. Disponible en: https://revistas.udc.es/index.php/rotur/article/view/rotur.2021.15.2.7388/g7388_pdf

TUBAY, Fanny y VILLAFUERTE, Jhonny, 2020. Roles de género del turismo rural de Ecuador. Caso de la provincia de Manabí. En: Alcívar Vera, Isidro. *Turismo y desarrollo rural: Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América Latina* [en línea]. Manta [Manabí, Ecuador]: ULEAM , pp. 90-110. ISBN: 978-9942-827-27-2 [consulta: 19 septiembre 2022]. Disponible en: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03178665>

Turismo y género. 2011. Coordinadores María del Mar Alonso Almeida y José Miguel Rodríguez Antón. Madrid: Síntesis. ISBN 978-84-9756-781-7. Disponible en bibliotecas universitarias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=474686>

WALTERS, Trudie, 2018. Gender equality in academic tourism, hospitality, leisure and events conferences. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* [en línea]. London: Taylor & Francis Group, vol. 10, pp. 1-16 [consulta: 4 noviem-

bre 2022]. ISSN: 1940-7971. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1403165>

NOTA: NOTA: Norma aplicada para la redacción de las referencias UNE-ISO 690:2013, estilo Harvard.

CRÉDITOS

Publicación realizada por [Andalucía Lab](#)

Edita:

Junta de Andalucía. Consejería de Turismo,
Cultura y Deporte. Empresa Pública para la
Gestión del Turismo y del Deporte de Andalu-
cía, S.A

Equipo Redactor:

[Cristina Rodríguez Cejas](#)

[M^a Ángeles Rodríguez Gómez](#)

[Yalbeiry Labarca](#)

DISEÑO

[Ana Moliz](#)

[Andalucía Lab](#)

Centro de Innovación Turística

Ctra. nacional 340. Km 189,6

Marbella, 29604

info@andalab.org

NPU-1-10-220104-PDF

