

ORIGINAL

Artículo de revisión

Factores que inciden en el emprendimiento femenino rural una revisión sistemática de literatura^{*}

Factors affecting rural women's entrepreneurship a systematic literature review

Recibido: Mayo 23 de 2024 - Evaluado: Agosto 24 de 2024 - Aceptado: Noviembre 25 de 2024

Martha Lida Solarte-Solarte^{**}

<https://orcid.org/0000-0003-3348-1368>

Claudia Magali Solarte-Solarte^{***}

<https://orcid.org/0000-0001-8844-2070>

Para citar este artículo / To cite this Article

Solarte-Solarte, M. L., & Solarte-Solarte, C. M. (2025). Factores que inciden en el emprendimiento femenino rural una revisión sistemática de literatura. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 10(19), 1-23. https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestion_libre.19.2025.12982

Editor: Dr. Rolando Eslava-Zapata

Resumen

Los emprendimientos femeninos rurales en los territorios generan un aporte fundamental para el desarrollo económico y social sostenible, permitiendo involucrar al gobierno. El objetivo principal del estudio es indagar, analizar y sintetizar las contribuciones más significativas sobre el emprendimiento femenino rural en el periodo 2020-2024. Para el desarrollo metodológico, se realiza una revisión sistemática de la literatura. El estudio analiza más de cincuenta artículos de las bases de datos Scopus, Science Direct, Google Scholar, Dialnet, Redalyc y Scielo, acogiendo artículos que incluyeran emprendimiento femenino rural. Como resultado principal, se identifican factores que inciden en el emprendimiento femenino rural de carácter demográfico, económico, social, motivacional, psicológico y ambientales. Se concluye que es vital comprender y diferenciar todos los factores que inciden en el emprendimiento femenino rural para poder proporcionar iniciativas más precisas para el empoderamiento y supervivencia empresarial de las mujeres en zonas rurales.

Palabras Clave: Empresaria, Economía Agraria, Economía Rural, Economía Ambiental, Demografía

^{*} Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de revisión. Trabajo vinculado a la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y la Universidad CESMAG, Colombia. Ruta metodológica para la creación de artesanías tejidas a mano a base de fique dirigida a las mujeres del Resguardo de Yascual-Túquerres.

^{**}Economista por la Universidad de Nariño, Colombia. Magister en Mercadeo por la Universidad de Manizales, Colombia. Docente-investigadora, integrante del grupo de investigación GICAEF de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Colombia. Email: msolarteso@uniminuto.edu.co

^{***} Administradora de Empresas por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. Contador Público por la Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. Magister en Mercadeo por la Universidad de Manizales, Colombia. Líder del grupo de investigación Gestión y Competitividad. Docente-investigadora de la Universidad CESMAG, Colombia. Email: cmsolarte@unicesmag.edu.co

Abstract

Rural women's entrepreneurship in these territories fundamentally contributes to sustainable economic and social development, enabling government involvement. The study's main objective is to investigate, analyze, and synthesize the most significant contributions to rural women's entrepreneurship in 2020-2024. For methodological development, a systematic review of the literature is carried out. The study analyzes more than fifty articles from the Scopus, Science Direct, Google Scholar, Dialnet, Redalyc, and Scielo databases, including those about rural women's entrepreneurship. The main result identifies factors influencing rural female entrepreneurship, including demographic, economic, social, motivational, psychological, and environmental factors. The conclusion is that it is vital to understand and differentiate all the factors that influence rural female entrepreneurship to provide more accurate initiatives for women's empowerment and business survival in rural areas.

Keywords: Entrepreneur, Agricultural Economics, Rural Economics, Environmental Economics, Demography.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. – ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. – I. Problema de investigación. – II. Metodología. – III. Plan de redacción. – 1. Aportes al desarrollo del territorio del emprendimiento femenino rural desde un enfoque de género. – 2. Empoderamiento de las mujeres en las zonas rurales. – 3. Obstáculos del emprendimiento femenino rural. – 4. Las competencias digitales empoderan a las mujeres. – 5. Factores sociodemográficos que influyen en el emprendimiento. – IV. Resultados de investigación. – CONCLUSIONES. – REFERENCIAS.

Introducción

El emprendimiento femenino ha evolucionado e incorporado la idea de independencia económica, favoreciendo el desarrollo de las mujeres (Suárez Ruiz, 2021; Morón, 2023). Las diferencias en que se estigmatizan a las mujeres con respecto a los hombres en varios aspectos como la asignación de los roles asignados en las estructuras sociales preestablecidas generan mayores limitaciones para el autoempleo (Fernández, Campillo y Santos, 2021). Así mismo, las mujeres emprendedoras rurales se ven enfrentadas al limitado acceso a la financiación, la informalidad y la necesidad de combinar de manera más flexible la vida familiar con la profesional (Cruz, 2021).

Uno de los propósitos del desarrollo rural es el emprendimiento femenino (Suárez, 2021). Por lo tanto, el emprendimiento es una alternativa para que la mujer realice procesos de innovación y diversificación en las zonas rurales, minimizando las desigualdades de género (Pérez, 2022).

Los beneficios que genera el emprendimiento rural femenino son: mejorar la calidad de vida de la familia por el aumento del ingreso, y las ventajas del empoderamiento femenino a través de la creación de su empresa (Miñarro y Ortiz, 2023).

El artículo se organiza de la siguiente forma: esta introducción como una primera sección, posteriormente teoría y literatura, seguido de metodología y datos, resultados y finalmente una sección de conclusiones.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuáles son las contribuciones más significativas sobre el emprendimiento femenino rural en el periodo 2020-2024?

2. Metodología

Se realizó una revisión sistemática de la literatura con la intención de analizar los factores que impactan el emprendimiento de las mujeres rurales a nivel mundial, a través de las diferentes investigaciones analizadas.

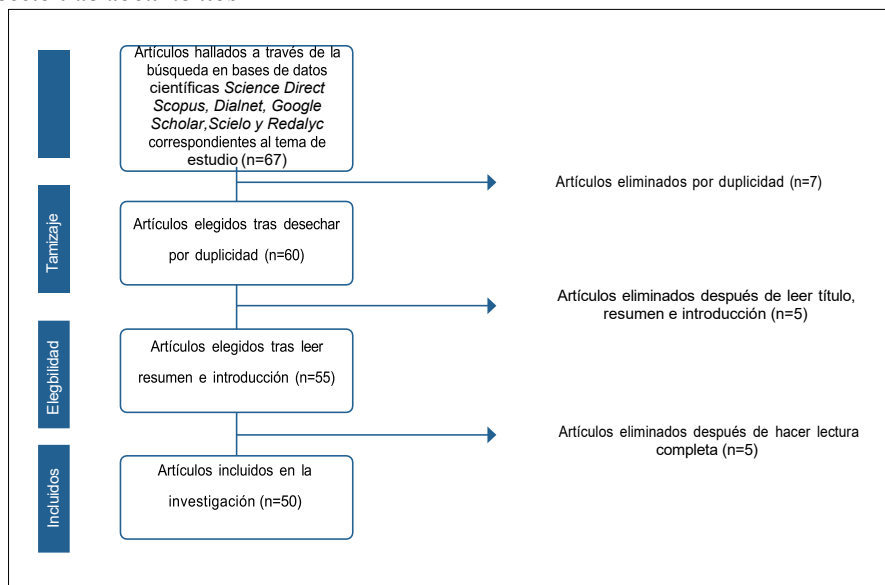
Para esto se formuló la pregunta ¿Qué factores inciden en el emprendimiento femenino rural a nivel mundial?, identificando los términos principales de búsqueda y criterios de inclusión y exclusión. La indagación de la información se realizó en *Scopus*, *Google Scholar*, *Science Direct*, *Dialnet*, *Scielo* y *Redalyc*. Se seleccionaron los artículos según los criterios de los autores: Elección de las palabras claves TS = (rural female entrepreneurship* OR rural woman entrepreneur*); luego, se realizó un refinamiento de los resultados por años teniendo en cuenta el periodo 2020-2024 como se muestra en la (tabla 1).

Seguidamente, se refina la información por tipo de artículo científico e idioma (inglés, español y chino mandarín), obteniendo finalmente un total de 67 artículos, de los cuales se seleccionan 50 de acuerdo a la (figura 1), en razón a que, los otros no cumplen con las especificaciones requeridas para llevar a cabo la revisión de literatura, después de revisado su resumen e introducción, puesto que, se orientaban al liderazgo femenino, desarrollo sostenible desde el trabajo femenino y algunas temas de salud en la región.

Tabla 1. Resultados búsqueda

DETALLE	RESULTADOS
Intervalo de tiempo	2020-2024
Tipos de documentos	Artículo científico
	Artículo de revisión sistemática de literatura
Palabras clave	Emprendimiento rural femenino
	Empoderamiento rural femenino
Áreas	Ciencias sociales
	Ciencias Económicas Y Administrativas
Criterios de exclusión	Las investigaciones anteriores al año 2020

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Selección de documentos

Fuente: Elaboración propia.

3. Plan de redacción

3.1. Aportes al desarrollo del territorio del emprendimiento femenino rural desde un enfoque de género

Castillo *et al.* (2020) mencionan que el liderazgo femenino ha permitido que las mujeres se apropien y participen activamente en el desarrollo de sus comunidades, al analizar las transformaciones que generan los emprendimientos en sus territorios se encuentran cuatro categorías como: la participación, el servicio y trabajo colaborativo, la mujer rural emprendedora como generadora de cambios socioculturales y su comportamiento emprendedor en relación con la actividad económica de tradición ancestral. Las mujeres contribuyen activamente a su comunidad y familias y visibilizan y posicionan sus emprendimientos (Castaño-Castaño *et al.*, 2024).

De otra forma, en Cuba se realizó el Proyecto para fortalecer un sistema de innovación en el desarrollo agrícola local (PIAL), con enfoque de género y la metodología de diagnóstico acción participativa para la incorporación de mujeres cubanas en el sector agrícola. Esto permitió evaluar las relaciones de poder y género en las familias y comunidades. Mediante el acompañamiento de expertos nacionales y extranjeros para concientizar, y lograr cambios de actitud para implementar el sistema de innovación.

Generar oportunidades laborales ha sido fundamental para el empoderamiento femenino, convirtiéndose en lideresas, tomar decisiones y obtener ingresos, para mejorar su calidad de vida y de sus familias. Contar con la participación de la comunidad en general en espacios de innovación se constituyen en oportunidades para exhibir producciones, comercializar productos. El apoyo del Ministerio de Agricultura, en unión con la Federación de Mujeres Cubanas, es una oportunidad para impulsar la estrategia de género para generar oportunidades de empleo, ingresos en el sector agrícola e impulsar la producción de alimentos. La evaluación de los resultados a través de dimensiones e indicadores de género permitió visualizar cambios y disparidades continuas para las mujeres y dentro de las familias (Benítez *et al.*, 2023).

3.2. Empoderamiento de las mujeres en las zonas rurales

Para Batliwala (1997), el empoderamiento de las mujeres consiste en lograr un equilibrio de poder y controlar “los recursos materiales, el conocimiento y las ideas que rigen las relaciones sociales tanto públicas como privadas...” (p. 192). Otros autores señalan que el empoderamiento colectivo es posible a partir de las transformaciones que las mujeres logran a nivel individual (Aghazamani *et al.*, 2020; Batliwala, 1997; Young, 2006). De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el empoderamiento femenino ocupa un lugar prioritario en el desarrollo humano, debido al efecto positivo multiplicador que tiene en las siguientes generaciones, y debido a que ayuda a promover el crecimiento económico e impulsa el desarrollo social y económico (PNUD, 2019; García & Cruz, 2023).

Por ejemplo, en Sudáfrica, no se puede subestimar la contribución de las mujeres a las comunidades rurales, aunque tienen comparativamente menos poder económico (Demedeme & Opoku, 2022). El emprendimiento de las mujeres en las regiones rurales de Asia, particularmente en países como India, Pakistán y Bangladesh, ha surgido como una fuerza potente para el empoderamiento multifacético, que trasciende las limitaciones convencionales y logra un progreso notable en los ámbitos económico, social y cultural (Agrawal *et al.*, 2023). Las mujeres empresarias deberían considerar sus puntos fuertes, debilidades, oportunidades y amenazas durante el proceso de empoderamiento y avanzar para liberar su potencial para alcanzar sus metas a través del autodesarrollo (Vaish & Arrawatia, 2021).

Por otra parte, para el empoderamiento de las mujeres emprendedoras rurales, es importante la capacitación para elaborar un plan de negocios, finanzas, la utilización de tecnología, marketing, comercio electrónico, etc. Otro aspecto, es la obtención de microcréditos, con una tasa de interés adecuada. Y, finalmente, políticas públicas como, incentivos fiscales para su formalización, debe haber una tributación especial para las pequeñas empresas que inician. Además, ayudar a definir productos atractivos, buscar mercados para los diferentes productos, estrategias de trabajos en conjunto como el cooperativismo y gestión de mercados comunales sociales, etcétera (Duarte & Guerrero, 2023).

Hernández *et al.* (2019) mencionan que el emprendimiento femenino contribuye de manera fundamental en el progreso económico de los países (Elizundia, 2015; Ferreira, 2013), regiones (López *et al.* 2015) y comunidades (Chong, 2016), mejorando la situación económica y nivel de vida de las empresarias (Briseño *et al.*, 2016; Chauca & González, 2014). De la investigación realizada por la Alianza para el emprendimiento e innovación del Ecuador AEI (2022) se deriva que “el espíritu empresarial de las mujeres es una de las fuerzas más poderosas para el cambio positivo en la sociedad. Las empresarias desempeñan un papel cada vez más importante en el empoderamiento de otras mujeres y en inspirarlas a tomar el control de sus propias vidas. A través de su arduo trabajo y dedicación, estas mujeres están creando oportunidades para el desarrollo y la igualdad, lo que lleva a una sociedad más equitativa” (p. 1281).

El apoyo a negocios dirigidos por mujeres pretende incidir positivamente en la competitividad, productividad, cultura, creación de empleo para la igualdad de derechos. La investigación de McKinsey (2019), afirma que “si las mujeres participaran en la economía de manera igual que los hombres, se produciría un crecimiento de 2,6 billones de dólares para 2025 del Producto Interior Bruto (PIB) en América Latina. Asimismo, de acuerdo con datos del Pacto Mundial, al desarrollar todo el potencial de las mujeres, se añadirían más de 12 billones de dólares al PIB global. Esto es, el emprendimiento femenino genera empleo y riqueza” (Solórzano-Solórzano, 2023).

3.3. Obstáculos del emprendimiento femenino rural

En Sudáfrica se encontraron obstáculos tales como: falta de conocimientos, infraestructura, instalaciones inadecuadas, restricciones financieras. Es importante que el Estado establezca políticas y programas eficientes. Además de permitir la accesibilidad al capital mediante programas y otras alternativas de financiación. La capacitación en publicidad, gestión de inventarios, fijación de precios. Actualizar los servicios de transporte y comunicaciones. Por lo tanto, es recomendable:

- Ampliar la disponibilidad de capital.
- Crear programas de alfabetización financiera.
- Fortalecer el desarrollo profesional, programas de emprendimiento y programas de mentoría.
- Ampliar la disponibilidad rural de Internet y soluciones tecnológicas.
- Construir infraestructura rural, como sistemas de transporte, comunicaciones e instalaciones de agua y saneamiento.
- Proporcionar exenciones fiscales y otros beneficios.
- Impulsar la financiación pública para programas y servicios de mejora rural, como educación y atención sanitaria, así como alojamiento.
- Apoyar el fortalecimiento de empresas en sectores como la agricultura y el turismo brindando habilidades y accesibilidad a los mercados.
- Mejorar las relaciones entre el sector público y privado para perfeccionar los ambientes sociales y económicos de las empresarias rurales.

Es importante examinar las barreras culturales y sociales, la escasez de disponibilidad de mercados y conocimientos, y los obstáculos legislativos y regulatorios que impiden a las mujeres iniciar empresas en regiones remotas (Aliamutu & Mkhize, 2024). Por otra parte, en México la mayoría de las mujeres que deciden emprender lo hacen en la informalidad, puesto que se enfrentan a un entorno emprendedor complejo (IMCO, 2021; INEGI, 2021a). Así, los primeros obstáculos hacia la formalidad son:

- Trámites administrativos largos y costosos y con poca claridad de las instituciones acerca de los requisitos. Sumado a lo anterior, Mandelli (2020) refiere que los empresarios no valoran los beneficios de la formalización, por lo que, como lo señala Adriano (2018), cualquier estímulo para la formalización debe demostrar que los ingresos son mayores a los costos.
- Falta de acceso a financiamiento, no obstante, la Corporación Financiera Internacional (IFC) (2019) afirma que financiar a emprendedoras es un buen negocio, pues son más productivas, mejores pagadoras y un nicho desatendido. Además, Aguerrevere *et al.* (2021) afirman que hasta es más rentable, dado que son clientes más leales, ahorradoras y puntuales.
- Falta de capacitación en finanzas, contabilidad y desarrollo de negocios. Así pues, Belausteguigoitia (2004) refiere que la falta de la gestión y sistemas de control formalizados es uno de los errores que frecuentemente cometen las pymes, y las hace más vulnerables.
- Es importante cerrar la brecha digital es indispensable, puesto que permitirá a las pymes sumarse a las cadenas de valor, ampliar sus capacidades dinámicas, así como

sus redes de contactos y percibir mejor los cambios en el entorno, con un impacto beneficioso en la productividad (Dini *et al.*, 2021).

- Falta de seguridad en sus capacidades y habilidades empresariales al tener muy poca o nula experiencia laboral, representa un freno para el emprendimiento de la mujer; pues los estudios señalan que cuando más experiencia empresarial tengan las mujeres, mejores resultados pueden obtener con sus empresas (Mastercard, 2020; OIT, 2019).
- Temor al fracaso, Fries *et al.* (2014) encontraron que las mujeres les tienen temor a los préstamos y aun cuando encuentran una oportunidad para crecer no la aprovechan, porque necesitarían endeudarse. Y aunado a ello, Castiblanco (2018) encontró que las mujeres muestran una mayor aversión al riesgo que los hombres.
- Trabajo no remunerado, la CEPAL (2023) expresa que aun cuando las mujeres minimizan su carga laboral no remunerada al tener ingresos propios, para contratar servicios, la brecha de género no reduce y es muy amplia.

Castiblanco (2018) manifiesta que las mujeres empresarias de mayor experiencia, son capaces de convertirse en mentoras de otras mujeres que van iniciando sus emprendimientos. Las mujeres tienen limitaciones para participar en sectores de alta rentabilidad, como las startups mexicanas donde solo una cuarta parte tiene un equipo fundado y dirigido por mujeres; lamentablemente, ser mujer u hombre determina su participación en el mundo empresarial (Castiblanco, 2018; IMCO, 2021a). En consecuencia, las redes de negocios son espacios predominantemente masculinos, con estructuras que presentan baja presencia de mujeres y poca diversidad en la toma de decisiones; por lo que las mujeres son relegadas a participar en redes conformadas solo por mujeres, en las que no existe el mismo acceso a oportunidades, dado que los estereotipos de género arraigados en la sociedad se permean el ámbito empresarial (Saavedra, 2024).

Así mismo los siguientes obstáculos son identificados por diversos autores: las instalaciones que impactan el emprendimiento de las mujeres en comunidades rurales, desafíos individuales y relacionados con la familia, desafíos planteados por la sociedad, desafíos debido a la ubicación y motivadores para las mujeres empresarias y dificultades iniciales con la infraestructura básica (Aliamutu & Mkhize, 2024; Panday & Sharma, 2022; Briones *et al.*, 2021; Donga & Chimucheka, 2024 y Silva *et al.*, 2022). Las mujeres empresarias continúan enfrentando diversos desafíos que afectan a sus pequeñas empresas de propiedad rural como la falta de financiación, educación y formación adecuadas, prejuicios de género, habilidades empresariales inadecuadas y dificultades para equilibrar la familia y la empresa (Donga & Chimucheka, 2024).

3.4. Las competencias digitales empoderan a las mujeres

El emprendimiento digital se define como la práctica de buscar oportunidades empresariales que presentan las tecnologías digitales (Davidson & Vaast, 2010). Esto incluye la creación y realización de actividades comerciales clave, como marketing, distribución y gestión de relaciones con las partes interesadas utilizando tecnologías digitales (Hair *et al.*, 2012). Un elemento central del emprendimiento digital son las Competencias Digitales Empresariales (CDE), que son la combinación de competencias empresariales tradicionales y competencias digitales (Ngoasong, 2018). Las Competencias Digitales (CD) comprenden cinco áreas de competencias asociadas con la alfabetización en información y datos, comunicación y

colaboración, creación de contenidos digitales, seguridad y resolución de problemas (Carretero *et al.*, 2017). Además de los conocimientos y las habilidades, los antecedentes de las CD incluyen características individuales como actitud, personalidad, motivación, interés, experiencias previas y nivel de educación (Oberländer *et al.*, 2020) y factores estructurales (por ejemplo, contexto industrial, infraestructura digital, políticas, entre otros) (Ngoasong, 2018). Los resultados de los Competencias digitales empresariales incluyen la toma de decisiones estratégicas de entrada y postentrada (Ngoasong, 2018) y una agencia empresarial distribuida y difusa (Zaheer *et al.*, 2019).

El emprendimiento digital tiene el potencial de actuar como un gran nivelador para igualar el campo de juego empresarial en las economías emergentes para las mujeres está limitado por prácticas sociales y culturales (McAdam *et al.*, 2020). Por ejemplo, McAdam *et al.* (2020) descubrieron que el emprendimiento digital permite la emancipación y el ciberfeminismo de las mujeres en Arabia Saudita al brindarles un mundo virtual donde pueden escapar de las restricciones de género que se les imponen en el mundo real. Dada su capacidad para impulsar la economía local, muchas actividades empresariales de mujeres propietarias de hogares suelen ser fomentadas por los gobiernos locales y estatales y alimentadas por plataformas de economía colaborativa en línea como Airbnb (OMT, 2019). Según el informe de Airbnb, las mujeres empresarias constituían el 54,00% de la comunidad mundial de anfitriones (Airbnb, 2020). Estas plataformas digitales de alojamiento entre pares brindan oportunidades de emprendimiento para las mujeres emprendedoras turísticas en los países en desarrollo que de otro modo no existirían (Lim & Bouchon, 2021; Khoo *et al.*, 2024). Las plataformas digitales de redes sociales potenciaron emprendimientos rurales de mujeres, ampliando mercados, visibilidad y comunidades de seguidores, fortaleciendo marcas y productos (Chancay-Murillo *et al.*, 2023).

3.5. Factores sociodemográficos que influyen en el emprendimiento

En la investigación realizada por (Arias *et al.*, 2021) se obtiene como conclusiones que los hombres son más propensos a emprender que las mujeres en las zonas rurales; se observó un mayor interés de las mujeres frente a los hombres en la etapa de idea de negocio, pero esta relación se invierte al pasar a la etapa de creación y puesta en marcha del negocio donde los hombres presentan una actividad empresarial del 42,90% frente a las mujeres del 32,30% y los demás deciden no emprender.

Así mismo, las personas que tienen niveles de estudios más avanzados (tecnológico, licenciatura y posgrado) influye en el emprendimiento, también les gusta emprender más en el medio rural a los estratos altos, mayormente en el género masculino, con postgrado, en las que sus padres tienen como mínimo un título de pregrado, que no son solteros, y entre 32 y 38 años.

También, los individuos con edades de 18 a 24 años, recién egresados desean emprender, pero si les gustaría ganar experiencia laboral. Esto es importante porque la formación y apoyo al emprendimiento en Colombia se dan a nivel de pregrado, pero no en posgrado, y es justamente allí, donde se da más el gusto por emprender.

4. Resultados de investigación

Se eligieron 50 artículos de los últimos 5 años presentados en la (tabla 2). La mayoría de los artículos analizados pertenecen al año 2023 con un 36,00%, esto denota la actualidad de la información.

Tabla 2. Año de publicación

Año	Número	%
2024	6	12,00
2023	18	36,00
2022	9	18,00
2021	12	24,00
2020	5	10,00
Total	50	100,00

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, es importante resaltar que los artículos analizados provienen de los 5 continentes proporcionando una visión mundial del emprendimiento femenino rural, aunque la mayoría pertenecen al continente americano específicamente Ecuador como se presenta en la (tabla 3).

Tabla 3. País de procedencia del artículo

País	Número	Continente
Ecuador	11	América
Colombia	8	
México	4	
Perú	3	
Paraguay	1	
Cuba	1	
España	6	Europa
Italia	1	
Serbia	1	
República Eslovaquia	1	
Reino Unido	1	
China	3	Asia
Nepal	1	
Pakistán	1	
India	1	
Indonesia	1	
Sudáfrica	2	África
Zimbabwe	1	
Australia	1	Oceanía
Total	50	

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los artículos 34,00% siguen un enfoque cualitativo sustentado en un paradigma interpretativo para capturar las realidades de las mujeres rurales además de recoger información con técnicas de observación, entrevistas y grupos focales. En segundo lugar, predomina el enfoque cuantitativo con un 30,00% utilizando como técnicas de recolección de información la encuesta como se muestra en la (tabla 4).

Tabla 4. Metodología de los artículos

Año	Número	%
Enfoque cualitativo	17	34,00
Enfoque cuantitativo	15	30,00
Enfoque mixto	5	10,00
Revisión sistemática de la literatura	4	8,00
Documental	4	8,00

Descriptivo	3	6,00
Estudio de caso	2	4,00
Total	50	100,00

Fuente: Elaboración propia.

El 50,00% de los artículos presentan como tema principal el emprendimiento femenino rural de acuerdo a los aportes significativos que realizan las mujeres para el desarrollo social, cultural y económico de su territorio, impactando las economías familiares, y reivindicando su rol en la sociedad. Esto es ratificado por Castillo *et al.* (2020) cuando afirman que el liderazgo femenino ha permitido que las mujeres se apropien y participen activamente en el desarrollo de sus comunidades, además la mujer rural emprendedora ha sido generadora de cambios socioculturales. Es así como el empoderamiento de las mujeres emprendedoras rurales es considerable, a pesar de las discriminaciones y desigualdades en los territorios. Las mujeres contribuyen activamente a su comunidad y familias y visibilizan y posicionan sus emprendimientos (Castaño-Castaño *et al.*, 2024).

En segundo lugar, con un 18,00% prevalece el tema de empoderamiento femenino rural que no solo es un proceso individual, sino también permite a las mujeres organizarse en colectividades para desafiar su subordinación. De acuerdo con García *et al.* (2022), el control sobre bienes materiales y recursos económicos, capacidad de ahorro, libertad de movimiento, así como la transformación de la subordinación doméstica, son componentes fundamentales y determinantes para el empoderamiento, tanto en el plano individual como en el de relaciones cercanas.

Para Rowlands (1997) el empoderamiento debe considerar tres dimensiones: la personal, que involucra la destrucción de la opresión; la de las relaciones cercanas, que contempla la habilidad para negociar y renegociar la naturaleza de sus relaciones, principalmente, con la pareja y la familia; y, finalmente, la dimensión colectiva, como la suma de los poderes individuales para la solución de problemas en conjunto como se presenta en la (tabla 5).

Tabla 5. Temas de los artículos

TEMAS	NÚMERO	%
Emprendimiento rural femenino	25	50,00
Empoderamiento femenino rural	9	18,00
Aporte de la tecnología al desarrollo de emprendimientos femeninos rurales.	4	8,00
Los obstáculos del emprendimiento femenino para el empoderamiento en las comunidades rurales	3	6,00
Modelo de emprendimiento asociativo rural generacional con enfoque de género	2	4,00
Una perspectiva de género sobre la innovación agrícola	2	4,00
Oportunidades y desafíos de las competencias digitales para mujeres emprendedoras	1	2,00
Contexto rural-urbano entre mujeres emprendedoras	1	2,00
Política para impulsar el emprendimiento femenino rural	1	2,00
Comunicación estratégica para impulsar emprendimientos femeninos rurales	1	2,00
Gestión de redes de emprendimiento femenino	1	2,00
Total	50	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Una vez seleccionados los documentos objeto de análisis, se descargan y se hace una revisión de contenido, con el propósito de explorar la investigación de los factores que inciden en el emprendimiento femenino rural, obteniendo de esta forma un total de 50 artículos analizados.

A través de la información recopilada y analizada se identificaron los factores que las diferentes investigaciones encontraron en el contexto mundial y que afectan positiva o negativamente el emprendimiento femenino rural. Se propone una categorización de los factores teniendo en cuenta la estructura de Hincapié *et al.* (2023), quienes describen los determinantes socio-económicos, empresariales y psicológicos, los cuales se acogen para la propuesta de categorización como se muestra en la (tabla 6).

Tabla 6. Factores que inciden en el emprendimiento femenino rural a nivel mundial

Factores	Variable	Autores
Demográficos	Género, edad, estado civil, número de hijos, nivel de educación, ubicación geográfica, propiedad de la vivienda	Khoo <i>et al.</i> (2024); Vukovic <i>et al.</i> (2023); Rojas-Rojas <i>et al.</i> (2021); Mashapure <i>et al.</i> (2022); Nzama (2021); Jabeen <i>et al.</i> (2020); Akter <i>et al.</i> (2020); Muhammad <i>et al.</i> (2020); Shao <i>et al.</i> (2022); Vercher <i>et al.</i> (2020); Domínguez <i>et al.</i> (2022); Gutiérrez <i>et al.</i> (2020); Nicolás <i>et al.</i> (2021); Aliamutu & Mkhize (2024); Muhammad & Ximei (2022); Muhammad <i>et al.</i> (2021)
Económicos	Componentes financieros, ingresos mensuales, fuentes de ingresos, créditos recibidos, capital de trabajo, ingresos comerciales, ingreso total del hogar, bienes raíces, disponibilidad de coche, rentabilidad financiera, financiamiento y ahorros	Aliamutu & Mkhize (2024); Nzama (2021); Akter <i>et al.</i> (2020); Muhammad <i>et al.</i> (2020); Muhammad <i>et al.</i> (2021); Shao <i>et al.</i> (2022); Vukovic <i>et al.</i> (2023); Muhammad & Ximei (2022); Tabares <i>et al.</i> (2022); Guzmán <i>et al.</i> (2020); Solórzano-Solórzano (2023); Gutiérrez <i>et al.</i> (2021); Khan <i>et al.</i> (2020); Mashapure <i>et al.</i> (2023)
Sociales	División del trabajo, cambio de actitudes hacia la participación de las mujeres en el emprendimiento rural, factores sociológicos, formación y afiliación a redes, agentes y procesos de cambio, actores sociales, habilidades y destrezas de las mujeres en el fomento de emprendimientos, rol de la mujer en el impulso de emprendimientos comunitarios, redes formales e informales de apoyo al emprendimiento femenino, relaciones de poder incluidas las de género y clase, entorno político en términos de transformación empresarial e igualdad de género, liderazgo social, empoderamiento de las mujeres en las zonas rurales.	Balayar & Mazur (2022); Venugopalan <i>et al.</i> (2021) (Briones <i>et al.</i> (2021); Vercher <i>et al.</i> (2020); Kurtege (2020); Jurado (2022); Silva <i>et al.</i> (2022); Donga & Chimucheka (2024); Agrawal <i>et al.</i> (2023); Vera <i>et al.</i> (2021); Gutiérrez <i>et al.</i> (2021); Mashapure <i>et al.</i> (2023); Kurtege (2020)
Motivacionales	Motivación en el impulso de emprender un negocio, efectos del emprendimiento a nivel personal, competencias emprendedoras, identificación de situaciones que motivan el emprendimiento en la comunidad, generación de empleos, expectativas de expansión	(Serrano <i>et al.</i> (2020); Briones <i>et al.</i> (2021); Jurado (2022); Rojas-Rojas <i>et al.</i> (2021); Solórzano-Solórzano (2023)
Empresariales	Proceso de asentamiento del negocio, tipología del negocio creado por mujeres rurales, año de establecimiento de la	Tárraga & Morales (2021); Khoo <i>et al.</i> (2024); Muhammad <i>et al.</i> (2020); Boza <i>et al.</i> (2020); Alarcón-Cedeño

	<p>empresa, papel de la mujer rural, número de empleados, experiencia digital, acceso a plataformas digitales, acceso a equipos, principales propósitos del uso de plataformas digitales para los clientes. Productos y servicios ofrecidos, experiencia, segmentación, ventas y marketing, tipo de mercado. sectores a los que pertenecen los emprendimientos. actividades a las que se dedica el emprendimiento, situaciones por la que decidió emprender, naturaleza del inmueble donde realiza la actividad del emprendimiento, capacitación sobre comunicación para impulsar emprendimientos, comunicación digital, mantenimiento de registros empresariales, posesión de una cuenta bancaria, emprendimiento femenino en línea, redes transnacionales y disrupciones en las conexiones globales, estrategias para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos, frecuencia de uso de internet, mercado interno, apoyo familiar, etapas de adopción de la tecnología y la percepción de la tecnología de las mujeres emprendedoras rurales, capitales involucrados en el emprendimiento rural.</p>	<p>& Chiriboga-Mendoza (2021); Muhammad & Ximei (2022); Steel (2021); Gutiérrez <i>et al.</i> (2020); Ángel & Castro (2021); Briones <i>et al.</i> (2021); Shao <i>et al.</i> (2022); Guzmán <i>et al.</i> (2020); Domínguez <i>et al.</i> (2022); Nordbø (2022)</p>
Psicológicos	<p>Formación, la oportunidad de negocio, el miedo al fracaso, falta de apoyo por parte de sus parejas, el entorno y el entorno familiar, proactividad, innovación, toma de decisiones, autoeficacia, optimismo, autenticidad, experiencialidad, propensión de las mujeres a crear y fomentar redes de partes interesadas locales (directa o indirectamente) vinculadas a sus propios negocios, asunción de riesgos, crecimiento del espíritu empresarial, mujeres generadoras de cambio (sociocultural y productivo).</p>	<p>Porto <i>et al.</i> (2022); De Rosa <i>et al.</i> (2021); Martini <i>et al.</i> (2020); Mandongwe & Jaravaza (2020); Osei & Zhuang (2020); Mashapure <i>et al.</i> (2023)</p>
Ambientales	<p>Análisis de los emprendimientos femeninos de lo económico a lo sustentable, cuestiones actuales del emprendimiento rural desde el marco de los medios de vida sostenibles, factores ambientales, medios de vida rurales sostenibles, desarrollo humano sostenible, nuevas ruralidades.</p>	<p>Contreras <i>et al.</i> (2020); Tabares <i>et al.</i> (2022); Mashapure <i>et al.</i> (2023); Jurado (2022)</p>

Fuente: Elaboración propia

En referencia a los factores demográficos que inciden en el emprendimiento femenino rural, la edad, el estado civil, la propiedad de la vivienda, la ubicación rural frente a la urbana, el tamaño del hogar y los ingresos comerciales de las mujeres empresarias afectan significativamente la posición financiera de su familia. Los hallazgos revelaron que las mujeres empresarias tienen un impacto sustancial en la posición financiera y el bienestar de sus familias,

en consonancia con el efecto multiplicador atribuido a las mujeres en el espíritu emprendedor (Muhammad *et al.*, 2021).

Así mismo, existen diferencias importantes y significativas entre el contexto rural y el urbano de las empresarias en cuanto a la propiedad de la vivienda, el tamaño del hogar, el número de miembros adultos de la familia, la posición económica de la familia, el mantenimiento de registros empresariales, la posesión de una cuenta bancaria y el tipo de negocio. El análisis de regresión logística binaria reveló que los predictores significativos del modelo rural-urbano de las empresarias eran los miembros adultos de la familia, la posición financiera de la familia, el mantenimiento de registros empresariales, la cuenta bancaria y el negocio de esteticista (Muhammad & Ximei, 2022).

De la misma forma, el nivel de educación, la edad y el tipo de sistema familiar, el tipo de actividades económicas sobre todo si es al interior de sus hogares, como la costura, el bordado, la fabricación de cestas y velas, la preparación de encurtidos, mermeladas y calabazas, los productos lácteos, la apicultura, la sericultura, la ganadería, la cría de aves de corral, la crianza de viveros y algunas actividades agrícolas fuera de la explotación. Se informó de que las decisiones más importantes en el hogar las toman los miembros masculinos debido a las fuertes normas y valores patriarcales. Todas las mujeres eran conscientes de los efectos positivos de la independencia económica, pero algunas de ellas también revelaron los efectos negativos sobre su salud física y psicológica, así como sobre los vínculos sociales dentro de los hogares y las comunidades debido a la gran carga de trabajo y a las cuestiones de tiempo. Muchos factores demográficos, sociales, culturales, religiosos y económicos influyen negativamente en el potencial productivo de las mujeres (Jabeen *et al.*, 2020).

Es así como, los antecedentes demográficos tienen una incidencia positiva en la participación, capital y fortalecimiento económico femenino rural. La correlación de Pearson mostró que hubo una relación significativa entre participación, capital social y economía, empoderamiento de las mujeres rurales. El efecto mediador del capital social en la relación entre participación y fortalecimiento económico fue confirmada por el análisis de regresión (Akter *et al.*, 2020).

Por otra parte, en cuanto a los factores económicos, la disparidad significativa en la ubicación rural-urbana se encontró en los productos ofrecidos, el estado financiero de la familia, la red familiar soporte en finanzas y ventas, y mercados (Muhammad *et al.*, 2020). Entre los factores que tienen una incidencia positiva en el emprendimiento femenino están: la capacidad para emprender, educación y entrenamiento, programas gubernamentales, mercado interno y rentabilidad financiera (Guzmán *et al.*, 2020).

También, los programas de microfinanzas dirigidos a las mujeres no sólo aumentan los ingresos y el consumo de las prestatarias, volviéndolas financieramente estables, sino que, de hecho, muchos actores locales también se benefician de ellos y, a su vez, crean oportunidades para toda la comunidad local. Sin embargo, también se muestra que no llega a las mujeres más pobres de entre los pobres (extremadamente pobres) y, por lo tanto, no sirve al propósito de muchos de sus objetivos principales, es decir, la reducción de la pobreza de los extremadamente pobres y, por lo tanto, no se debe confiar en ellos desde esta perspectiva (Khan *et al.*, 2020).

De la misma manera, el espíritu empresarial de las mujeres está impulsado por factores financieros, factores ambientales positivos, factores psicológicos positivos y factores sociológicos positivos para un medio de vida rural sostenible (Mashapure *et al.*, 2023).

Así mismo, muchas mujeres emprendedoras del turismo aún no cuentan con las condiciones y los recursos para prosperar, y se puede hacer mucho más para habilitar competencias digitales para la visibilidad empresarial y, posteriormente, el empoderamiento propio, financiero y de

otros. También, las mujeres están en desventaja a la hora de adquirir competencias digitales debido a desigualdades estructurales (por ejemplo, falta de acceso a dispositivos, apoyo posterior a la capacitación, falta de programas de capacitación personalizados), desigualdades sociales, factores individuales (p. ej., dependencia de miembros de la familia, falta de habilidades digitales) y contribución de la brecha digital de género (p. ej., estereotipos de género y seguridad relacionados con la ciberseguridad, acoso sexual) (Khoo *et al.*, 2024).

Además, los principales obstáculos para el desarrollo de empresas propiedad de mujeres en las comunidades rurales son las restricciones financieras, la ausencia de educación formal y las instalaciones inadecuadas (Aliamutu & Mkhize, 2024). De igual forma, por limitaciones financieras, la transición se mantiene limitada en los emprendimientos ecuatorianos que han tenido que desarrollar sistemas de gestión ambiental informales que les permita mejorar su eficiencia, pero se ven opacadas contra las grandes empresas que tienen a disposición más recursos para desarrollar de una manera eficiente estas herramientas.

Pese a la gran aceptación de la comunicación digital, únicamente alrededor del 40% de las emprendedoras rurales utiliza algún medio digital para promocionar sus emprendimientos, mientras que el 60% de las emprendedoras afirma no depender de herramientas de difusión digital para publicitar sus emprendimientos. Con respecto a Ecuador cabe resaltar que a pesar de que la iniciativa gubernamental fue eficaz en 2019 y redujo considerablemente la tasa de desempleo a nivel nacional, las cifras corresponden en su mayoría a zonas urbanizadas, mientras que al nivel rural no se evidenció un cambio significativo (Alarcón-Cedeño & Chiriboga-Mendoza, 2021).

De otra manera dentro de los factores sociales se encuentran diversos estudios centrados en analizar el emprendimiento femenino rural e indígena, la política pública con perspectiva de género, el empoderamiento femenino en las organizaciones y el desarrollo rural de las comunidades (Boza *et al.*, 2020). También, el proyecto de vida, el lugar de habitación, los compromisos inciden en el emprendimiento femenino rural. Desde la orientación profesional es imprescindible considerar el impacto de la socialización de género en las mujeres para reforzar su cultura emprendedora superando los obstáculos que les impone su rol social (Porto *et al.*, 2022).

De la misma forma, las posibilidades del cultivo comercial de hortalizas motivaron inicialmente a unas pocas mujeres a discutir con sus maridos, organizar grupos de autoayuda y buscar subvenciones de programas de desarrollo. Con el firme apoyo de sus maridos y suegros, se involucran activamente en el cultivo comercial de hortalizas, generan ingresos, forman cooperativas de ahorro y crédito y mejoran la seguridad alimentaria del hogar y su propia situación económica. Los grupos asociados al cultivo comercial de hortalizas, las cooperativas, las reuniones, las visitas de exposición, la formación para el desarrollo de habilidades, el intercambio de conocimientos, el asesoramiento y la promoción son herramientas vitales.

A través de ellas, las mujeres adquieren confianza en sí mismas, combaten y transforman barreras socioculturales arraigadas y negocian nuevas normas y prácticas socioculturales dentro y fuera del hogar. La disolución de los estereotipos de género relativos a la división del trabajo en el cultivo comercial de hortalizas desempeña un papel importante a la hora de animar a más mujeres a unirse al cultivo comercial de hortalizas y aumenta la paridad de género (Balayar & Mazur, 2022). Por su parte, la literatura que reconoce la heterogeneidad y las identidades de género flexibles. De hecho, ya no basta con distinguir entre hombres y mujeres, las diferencias entre mujeres y entre hombres se vuelven cada vez más reconocidas; por otro lado, se valida la perspectiva constituyente adoptada, que observa el emprendimiento femenino bajo la lente de la reproducción voluntaria; la literatura sobre la brecha de género, al enfatizar

la relevancia de los hombres a la hora de afectar las estrategias femeninas, ya sea bajo una perspectiva patriarcal o de coentendimiento (De Rosa *et al.*, 2021).

Con base en que las mujeres sin interés profesional o empleo en las zonas rurales, especialmente en las zonas donde la población está tradicionalmente dominada por los hombres (marido/hermano/padre), tienen la oportunidad de ganar dinero y ser económicamente más independientes (Vukovic *et al.*, 2023). En adelante el papel de la mujer rural ha sido completamente invisibilizado. A pesar de ello, en la actualidad se hace visible otra identidad de mujer rural que emprende en negocios turísticos sostenibles que generan un beneficio común en el territorio donde están ubicados. El emprendimiento ha sido clave para el empoderamiento individual y colectivo donde el asociacionismo ha tenido un papel fundamental (Tárraga & Morales, 2021).

También, las mujeres emprendedoras afrontan limitaciones en todo el mundo para crear emprendimientos, en la que se ha visto discriminada por barreras ideológicas, desigualdad de género, y apoyos económicos. A través del tiempo, las oportunidades y proyecciones para las mujeres en la fuerza laboral se ha desarrollado, pero, es evidente que aún es débil su participación debido a las condiciones económicas que enfrentan en los entornos en donde viven (Ángel & Castro, 2021).

Es así como los resultados más destacados señalan la importancia del asociacionismo empresarial femenino (redes formales) y los liderazgos locales (redes informales) como apoyos-fuerza al emprendimiento femenino rural. Asimismo, se pone de manifiesto la destrucción de gran parte de las redes de apoyos y el papel emergente de las entidades de la economía social y solidaria como consecuencia de la crisis económica (Vercher *et al.*, 2020).

En otro orden de ideas dentro de los factores motivacionales se encuentra que pese a estudios que han señalado que el emprendimiento femenino rural es mayor en las que sus padres han tenido empresa o que intervienen en empresas familiares con su esposo o esposa, otras mujeres han emprendido sin necesidad de estos apoyos previos. Es en ellas en las que habría que centrar las políticas públicas, ya que requieren de un mayor apoyo. Estas emprendedoras suponen un importante ejemplo para otras mujeres de la zona y pueden ejercer una influencia como elemento potenciador del territorio y fijar población. Las complicaciones y los miedos de estas empresarias se localizan fundamentalmente en la puesta en marcha de su negocio. Son coincidentes la fuerza motivadora y la consistencia del criterio que las llevaron a decantarse por sus proyectos.

Entre los elementos transformadores se ha identificado que el medio rural ofrece posibilidades de basar el negocio en las propias inquietudes y gustos personales, ya que no existe tanta competencia como en la ciudad, lo que puede facilitar el asentamiento de población joven y contribuir, así, a frenar la despoblación. Como elemento excluyente cabe destacar la falta de formación emprendedora específica y que ha supuesto la mayor dificultad a la hora de convertir la idea inicial en un recurso rentable (Serrano *et al.*, 2020).

Por su parte, las mujeres empresarias destacan en referencia a su motivación para dirigir un negocio, sus objetivos y aspiraciones económicas, prioridades, desafíos y tasas de supervivencia, entre otras cosas. Aunque algunas de las diferencias y desafíos están claramente relacionadas con el arraigo de las mujeres empresarias en contextos nacionales, regionales y locales y la dependencia de la trayectoria histórica, otros son más globales en escala y están relacionados a la difusión de las ideas occidentales de espíritu empresarial y desarrollo económico rural. Las mujeres emprendedoras del turismo rural, más que los hombres, e independientes de la ubicación entre el Norte Global y el Sur Global, pueden quedar atrapados en trayectorias dependientes de la trayectoria relacionadas con el turismo rural como sector

económico, el emprendimiento turístico como estrategia de desarrollo económico rural y la historia del lugar (Nordbø, 2022).

En igual forma la “iniciativa pahal” es una intervención empresarial social que ayudó a las mujeres de la familia a iniciar un negocio de reparto de alimentos con el apoyo de la empresaria social. Como consecuencia, las mujeres ganaron confianza y respeto por sí mismas. La actitud de los hombres de la familia cambió cuando las mujeres generaron ingresos adicionales. Esto afectó a su posición y estatus, lo que llevó a un aumento de la toma de decisiones en su hogar y su independencia económica. Las mujeres se volvieron más interactivas y expresivas en un hogar predominantemente patriarcal. En el plazo de un año, la empresaria tuvo que poner fin a la iniciativa Pahal. Luego, este estudio observó y registró que este evento redujo las actividades económicas que realizaban las mujeres en su aldea y su estatus social volvió a ser el que era antes de la iniciativa (Agrawal *et al.*, 2023).

Al mismo tiempo, las mujeres están comenzando a empoderarse en sus comunidades rurales, manejando negocios atractivos y exitosos, sosteniendo a sus familias y contribuyendo al crecimiento económico de su comunidad. El contacto con los turistas fue muy motivador y, además, el proceso empresarial trajo una serie de beneficios al asentamiento rural. Hubo ganancias en los campos de la salud, el ocio, los ingresos, la vida familiar, el empleo, la educación y la autoestima, y beneficios comprendidos por los habitantes locales (Silva *et al.*, 2022).

En referencia a los factores empresariales las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se han convertido en parte del panorama empresarial en el África urbana y han dado forma a los primeros contornos de un nuevo tipo de cultura empresarial femenina que se beneficia del auge de la tecnología digital para alcanzar un alcance global. En Jartum, la revolución de los medios digitales ha contribuido al surgimiento de una serie de empresarias en línea que han aprovechado las conexiones digitales con la diáspora sudanesa para permitir que sus negocios crezcan a escala local y global.

Para las empresarias en línea, las plataformas digitales como Facebook y WhatsApp ayudan a hacer realidad sus aspiraciones empresariales, proporcionándoles un lugar para comercializar sus negocios, contacto diario con clientes potenciales y facilitando el suministro de productos y servicios de entrega. Se ha demostrado que las conexiones digitales con la diáspora se han vuelto fundamentales para respaldar el alcance global de las empresarias en línea en Jartum (Steel, 2021).

También la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación promueven un progreso continuo en el espíritu empresarial entre las mujeres con hijos que se esfuerzan por crear una empresa autogestionada en las zonas menos desarrolladas. El papel de internet en la promoción del espíritu empresarial de las madres rurales se debe principalmente a tres factores: el efecto de igualdad de género, el efecto de aprendizaje de información y el efecto de financiación (Shao *et al.*, 2022).

En otro orden de ideas como factores psicológicos se muestra una relación significativa entre la innovación y la capacidad de asumir riesgos en la intención empresarial. Sin embargo, los datos analizados no confirmaron las relaciones hipotéticas entre la proactividad y los perfiles demográficos en relación con la intención empresarial (Mandongwe & Jaravaza, 2020).

También se contribuye a comprender la disposición emprendedora de las mujeres en las zonas rurales, áreas de Uttarakhand. Propone que la innovación, el reconocimiento, la confianza familiar, el apoyo y la libertad alcanzada son predictores significativos de la satisfacción empresarial (Panday & Sharma, 2022).

Así mismo, la autonomía y voluntad de las mujeres rurales para abordar colectivamente problemas e implementar soluciones innovadoras que impacten su territorio. Se detecta una brecha educativa y digital que limita el acceso de las mujeres a formación y a fuentes de financiación (Castaño *et al.*, 2024). De la misma forma, las mujeres empresarias desempeñan un papel muy importante en el desarrollo del turismo de montaña sostenible. Se ha demostrado que elementos de autenticidad, experiencialidad e innovación son característicos del emprendimiento femenino, al igual que la propensión de las mujeres a crear y fomentar redes de partes interesadas locales (directa o indirectamente) vinculadas a sus propios negocios (Martini *et al.*, 2020).

Por otra parte, se encuentran los factores ambientales donde las iniciativas empresariales innovadoras que utilizan el capital natural fácilmente disponible en la zona para el desarrollo de la artesanía y la vinculación de los productos al mercado desempeñan un papel importante en la mejora de los medios de vida sostenibles de las mujeres de la zona de estudio (Nzama, 2021). De la misma forma, la existencia de emprendimientos en zonas rurales principalmente en los países como Ghana, Sudáfrica, Chile, México y Ecuador, Los emprendimientos están tomando nuevas rutas conceptuales y paradigmáticas principalmente en la utilización de recursos naturales (Contreras *et al.*, 2020).

Conclusiones

Es necesario implementar políticas públicas y privadas que impulsen la creación de empresas en diferentes sectores gestionadas por mujeres como una vía para abordar la despoblación y generar un desarrollo local sostenible. Para priorizar medidas que impactarían directamente en los medios de vida de los residentes rurales, los formuladores de políticas y los socios para el desarrollo podrán priorizar la emancipación de las mujeres en las comunidades rurales.

Es fundamental comprender las dificultades adicionales que enfrentan las mujeres empresarias en las comunidades rurales para comprender adecuadamente los problemas que experimentan. Es necesario revisar los planes de estudio de los programas de posgrado para la formación en emprendimiento y un fuerte apoyo institucional, lo que posiblemente mejoraría la actividad emprendedora y, por ende, el impacto en el desarrollo de las empresas rurales, permitiendo una mejora en las condiciones económicas y la revitalización de los territorios rurales.

Es vital comprender y diferenciar todos los factores que inciden en el emprendimiento rural para poder proporcionar iniciativas más precisas para el empoderamiento y supervivencia empresarial de las mujeres empresarias en zonas rurales. La mayoría de los estudios sobre emprendimiento tienen un enfoque urbano y se estudian principalmente desde la perspectiva de la explotación de oportunidades. El emprendimiento rural presenta características diferentes y requiere un análisis desde una perspectiva basada en los recursos, ya que este tipo de comportamiento empresarial tiene lugar en comunidades rurales con limitaciones de recursos.

La perspectiva de los medios de vida sostenibles representa un marco relevante en el emprendimiento rural, considerando los recursos y capacidades para enfrentar la pobreza en las áreas rurales. Los principales obstáculos para el desarrollo de empresas propiedad de mujeres en las comunidades rurales son las restricciones financieras, la ausencia de educación formal y las instalaciones inadecuadas. La eliminación de estas barreras podría empoderar a las mujeres empresarias e impulsar el crecimiento de la economía en las comunidades rurales, reduciendo la pobreza y mejorando las condiciones de vida de la población rural.

Este estudio sugiere trabajos futuros en emprendimiento social relacionados con el emprendimiento de mujeres en áreas rurales, abordando tres perspectivas: la falta de recursos, el contexto y el crecimiento de los medios de vida. La investigación ofrece oportunidades de investigación en temas emergentes relacionados con el emprendimiento social, la gobernanza y las instituciones, el crecimiento de los medios de vida y el ecoemprendimiento para ampliar los límites del emprendimiento rural desde el marco de los medios de vida sostenibles.

Referencias

- Agrawal, A., Gandhi, P., & Khare, P. (2023). Empoderamiento de las mujeres a través del emprendimiento: estudio de caso de una intervención empresarial social en la India rural. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(4), 1122-1142. <https://doi.org/10.1108/IJOA-03-2021-2659>
- Akter, A., Hossain, M. I., Reaz, M. W. S. U., Bagum, T., Tabash, M., & Karim, A. M. (2020). Impact of demographics, social capital and participation in income generating activities (IGAs) on economic empowerment of rural women in Bangladesh. *Test Engineering and Management*, 82(1911), 1911–1924. <http://www.testmagazine.biz/index.php/testmagazine/article/view/1165>
- Alarcón-Cedeño, M. L., & Chiriboga-Mendoza, F. (2021). Comunicación digital y fomento del emprendimiento rural femenino en Manabí, Ecuador. *Revista Científica Arbitrada de Investigación En Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 4(8 Edición especial noviembre), 18–28. <https://doi.org/10.46296/rc.v4i8edesp.0031>
- Aliamutu, K. F., & Mkhize, M. V. (2024). The Obstacles of Women Entrepreneurship on Empowerment in Rural Communities KwaZulu Natal, South Africa. *Indonesian Journal of Innovation and Applied Sciences (IJIAS)*, 4(1), 88–96. <https://doi.org/10.47540/ijias.v4i1.1259>
- Ángel, C., & Castro, N. (2021). Retos, estrategias y decisiones que afrontan un grupo de mujeres con emprendimientos rurales en Tenjo. *EFICIENCIA*, 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.15765/aan1nh47>
- Arias-Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., Arango-Botero, D., & Garcés-Giraldo, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1218–1240. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.14>
- Balayar, R., & Mazur, R. (2022). Beyond household income: the role of commercial vegetable farming in moderating socio-cultural barriers for women in rural Nepal. *Agriculture and Food Security*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s40066-022-00368-3>
- Benítez-Fernández, B., Nelson, E., Crespo-Morales, A., Ortiz-Pérez, R., Acosta-Roca, R., & Cárdenas-Travieso, R. M. (2023). Transforming food systems: a gendered perspective on local agricultural innovation in Cuba. *Frontiers in Sociology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1256379>

- Boza-Valle, J. A., Manjarrez-Fuentes, N. N., & Mendoza-Vargas, E. Y. (2020). Emprendimiento sostenible en comunidades rurales de la Provincia de los Ríos. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v35i1.2254>
- Briones-Caicedo, W. R., Peñafiel-Nivela, G. A., Mora-Aristega, J. E., & Maldonado-Piloso, H. F. (2021). Comunicación estratégica en el impulso de emprendimientos comunitarios con mujeres montubias. *Journal of Science and Research*, 6, 19–39. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1212/860>
- Castaño-Castaño, M. M., Martínez-Lizarralde, M., & Cifuentes-Garcías, C. A. (2024). Emprendimiento femenino rural: aportes al desarrollo del territorio desde un enfoque de género. *Equidad y Desarrollo*, 43, e1644. <https://doi.org/https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss43.10>
- Chancay-Murillo, J. J., & Mendoza-Saltos, M. F. (2023). Contribución de la tecnología en el desarrollo de emprendimientos en el sector rural de Portoviejo. *MQRInvestigar*, 7(3), 4420–4441. <https://doi.org/10.56048/mqr20225.7.3.2023.4420-4441>
- Conroy, T., & Low, S. A. (2022). Opportunity, necessity, and no one in the middle: A closer look at small, rural, and female-led entrepreneurship in the United States. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 44(1), 162–196. <https://doi.org/10.1002/aepp.13193>
- Contreras, P., Vargas, E. E., Cruz, G., & Serrano, R. (2020). Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable. *Revista Espacios*, 41(31), 225–237.
- De Rosa, M., Bartoli, L., & McElwee, G. (2021). Spaces of innovation and women rural entrepreneurship in Italy. *Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment*, 3(September), 85–99. <https://newmedit.iamb.it/2021/09/28/spaces-of-innovation-and-women-rural-entrepreneurship-in-italy/>
- Domínguez-Castillo, J. G., Cab-Pech, V. M., Cisneros-Cohernour, E. J., & Quiñones-Pech, S. H. (2022). Variables associated with internet use in rural women entrepreneurs in Yucatan: Relationships and correlations. *Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 13(25), e372. <https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1247>
- Donga, G., & Chimucheka, T. (2024). Rural Women Entrepreneurship in South Africa: Issues and Challenges. *African Journal of Inter/Multidisciplinary Studies*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.51415/ajims.v6i1.1175>
- Duarte-Sánchez, D. D., & Guerrero-Barreto, R. (2023). Aspectos para el emprendimiento de las mujeres en las zonas rurales. *Revista Científica Estudios e Investigaciones*, 12(1), 76–89. <https://doi.org/10.26885/rcei.12.1.76>
- García, V., & Cruz, E. (2023). Organizaciones colectivas y turismo rural en Chiapas, México: ¿Una oportunidad para el empoderamiento femenino? *Ciencia y Sociedad*, 48(2), 43–62. <https://doi.org/10.22206/cys.2023.v48i2.pp43-62>

- Gutiérrez-Cruz, M., Such-Devesa, M. J., & Gabaldón-Quñones, P. (2020). The female entrepreneur in rural tourism: Peculiarities of the costa rican case through the review of literature. *Cuadernos de Turismo*, 46, 185–214. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.451691>
- Gutiérrez-Cruz, M., Such-Devesa, M. J., & Gabaldón-Quñones, P. (2021). Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica. *Investigaciones Turísticas*, 22, 148–175. <https://doi.org/10.14198/inturi2021.22.7>
- Guzmán-Ávila, J. A., Reyes-Reinoso, J. R., Castillo-Castillo, D. C., & Cantos-Ochoa, M. E. (2020). Factores que inciden en el emprendimiento sostenible de las mujeres ecuatorianas. Pro Sciences. *Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4(37), 97–110. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss37.2020pp97-110>
- Hincapié, F., Montoya, A., & Duque, P. (2023). Emprendimiento femenino en América Latina: una aproximación teórica. *Económicas CUC*, 44(2), 191–234. <https://doi.org/10.17981/econcuc.44.2.2023.Org.3>
- Jabeen, S., Haq, S., Jameel, A., Hussain, A., Asif, M., Hwang, J., & Jabeen, A. (2020). Impacts of rural women's traditional economic activities on household economy: Changing economic contributions through empowered women in rural Pakistan. *Sustainability*, 12(7), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su12072731>
- Jurado, I. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *Económicas CUC*, 43(1), 257–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.7>
- Kapsdorferová, Z., Jacková, S., & Švikruhová, P. (2021). The state and the share of rural women on the agricultural entrepreneurship activities in the Slovak Republic. *Potravinárstvo Slovak Journal of Food Sciences*, 15(June), 585–591. <https://doi.org/10.5219/1484>
- Khan, T. A., Khan, F. A., Violinda, Q., Aasir, I., & Jian, S. (2020). Microfinance facility for rural women entrepreneurs in pakistan: An empirical analysis. *Agriculture (Switzerland)*, 10(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/agriculture10030054>
- Khoo, C., Yang, E. C. L., Tan, R. Y. Y., Alonso-Vazquez, M., Ricaurte-Quijano, C., Pécot, M., & Barahona-Canales, D. (2024). Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America: a gendered perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 519–539. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622>
- Kurtege Sefer, B. (2020). A gender- and class-sensitive explanatory model for rural women entrepreneurship in Turkey. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(2), 191–210. <https://doi.org/10.1108/IJGE-07-2019-0113>
- Mandongwe, L., & Jaravaza, D. C. (2020). Women entrepreneurial intentions in subsistence marketplaces: The role of entrepreneurial orientation and demographic profiles in Zimbabwe. *Cogent Business and Management*, 7(1), 1818365. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1818365>

- Martini, U., Malacarne, K., Pederzoli Giovanazzi, S., & Buffa, F. (2020). Sustainable tourism development in rural and marginal areas and opportunities for female entrepreneurship: lessons from an exploratory study. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 421–430. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2020-0023>
- Mashapure, R., Nyagadza, B., Chikazhe, L., Mazuruse, G., & Hove, P. (2023). Women entrepreneurship development and sustainable rural livelihoods in Zimbabwe. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 41(4), 557–584. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-07-2022-0112>
- Mashapure, R., Nyagadza, B., Chikazhe, L., Msipa, N., Ngorora, G. K. P., & Gwiza, A. (2022). Challenges hindering women entrepreneurship sustainability in rural livelihoods: Case of Manicaland province. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2132675>
- Muhammad, S., Kong, X., Saqib, S. E., & Beutell, N. J. (2021). Entrepreneurial income and wellbeing: Women's informal entrepreneurship in a developing context. *Sustainability (Switzerland)*, 13(18), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su131810262>
- Muhammad, S., & Ximei, K. (2022). Does It Matter Where You Live? Rural–Urban Context Among Women Entrepreneurs in Pakistan. *Frontiers in Psychology*, 13(March). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.827634>
- Muhammad, S., Ximei, K., Saqib, S. E., & Beutell, N. J. (2021). Women's home-based entrepreneurship and family financial position in Pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su132212542>
- Muhammad, S., Ximei, K., Saqib, S. E., Haq, Z. U., & Muhammad, N. (2020). The family network support and disparity among rural-urban women informal entrepreneurs : empirical evidences from Khyber Pakhtunkhwa Pakistan. *Journal of Geography and Social Sciences*, 2(January), 122–132. https://www.researchgate.net/profile/Sikandar-Sikandar/publication/348213866_The_family_network_support_and_disparity_among_rural_urban_women_informal_entrepreneurs_empirical_evidences_from_Khyber_Pakhtunkhwa_Pakistan/links/604e311b458515e529abbe73/The-fa
- Nicolás-Martínez, C., García-Pina, C., Manzanares-Gutiérrez, Á., & Riquelme Perea, J. P. (2021). LEADER a policy to boost rural female entrepreneurship in Murcia. *Convergencia*, 28. <https://doi.org/10.29101/crcs.v28i0.16533>
- Nordbø, I. (2022). Female entrepreneurs and path-dependency in rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 96(April), 198–206. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.09.032>
- Nzama, A. T. (2021). Tackling climate change through craft development: The case of rural women in uPhongolo Local Municipality. *Jamba: Journal of Disaster Risk Studies*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.4102/JAMBA.V13I1.1140>

- Osei, C. D., & Zhuang, J. (2020). Rural Poverty Alleviation Strategies and Social Capital Link: The Mediation Role of Women Entrepreneurship and Social Innovation. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020925504>
- Panday, P., & Sharma, P. (2022). Motivational factors and challenges of women entrepreneurship: insights from rural Uttarakhand. *Organizatsionnaya Psikhologiya*, 12(2), 56–66. <https://doi.org/10.17323/2312-5942-2022-12-2-56-66>
- Porto-Castro, A. M., Mosteiro-García, M. J., Baylina-Ferré, M., & Villarino-Pérez, M. (2022). Gender and Rural Entrepreneurship. Clues for Career Guidance. *Revista Espanola de Orientacion y Psicopedagogia*, 33(3), 7–21. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.33.num.3.2022.36458>
- Rodríguez-Quiñónez, D. A., Gómez-Mutis, S. A., Ardila-Barbosa, W. Y., Pérez-Olmos, L. M., Silva-Giraldo, C. A., Niño-Liévano, F. A., González-Clavijo, L. P., Dugarte-Mendoza, J. S., Suárez-Suárez, D. A., & Caballero-Márquez, J. A. (2023). Emprendimiento rural generacional con enfoque de género: Experiencias significativas en el Magdalena Medio Colombiano. *Revista Boletín Redipe*, 12(9), 245–262. <https://doi.org/10.36260/rbr.v12i9.2013>
- Rojas-Rojas, M., Tapia-Segarra, J. I., Herrera-Hugo, B. de los Á., & Cárdenas-Lata, B. (2021). Entrepreneurship and empowerment of rural women in Santa Ana, Cuenca; a look starting from Social Work. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 7(3), 855–883. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1971>
- Saavedra-García, M. L. (2024). El empoderamiento femenino a través del emprendimiento en la era digital. *Multidisciplinary Business Review*, 16(2), 37–52. <https://doi.org/10.35692/07183992.16.2.4>
- Serrano-Martínez, C., Valero-Errazu, D., & Gómez-Bahillo, C. (2020). Las emprendedoras en el medio rural. El caso de estudio del Somontano aragonés. *Revista Internacional de Organizaciones*, 24, 91–110. <https://doi.org/10.17345/rio24.91-110>
- Shao, K. C., Ma, R., Zhao, L., Wang, K., & Kamber, J. (2022). Did the cyberspace foster the entrepreneurship of women with children in rural China? *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1039108>
- Silva, R., Moreira, J., Garcez, A., Charrua, F., Franco, M., & Rodrigues, M. (2022). Female Rural Entrepreneurship: Focus on the Successful Case of “Doces Tambaba.” *International Journal of Social Sciences and Management Review*, 5(3), 105–122. <https://doi.org/10.37602/ijssmr.2022.5310>
- Solórzano-Solórzano, M. E. (2023). Rural entrepreneur and her socioeconomic contribution to the Rocafuerte canton. *Journal Scientific MQRInvestigar*, 7(3), 1275–1290. <https://doi.org/https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.3.2023.1275-1290>

- Steel, G. (2021). Geoforum Going global – going digital . Diaspora networks and female online entrepreneurship in Khartoum , Sudan. *Geoforum*, 120(January), 22–29. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.01.003>
- Tabares, A., Londoño-Pineda, A., Cano, J. A., & Gómez-Montoya, R. (2022). Rural Entrepreneurship: An Analysis of Current and Emerging Issues from the Sustainable Livelihood Framework. *Economies*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/economies10060142>
- Tárraga-Davia, J. B., & Morales-Pérez, S. (2021). Empoderamiento femenino y desarrollo local en la España vaciada. Caso de estudio: Teruel. ROTUR. *Revista de Ocio y Turismo*, 15(2), 45–60. <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.2.7388>
- Venugopalan, M., Bastian, B. L., & Viswanathan, P. K. (2021). The role of multi-actor engagement for women’s empowerment and entrepreneurship in Kerala, India. *Administrative Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/admsci11010031>
- Vera, T., Robles, Y., Cruz, J., & Riofrío, W. (2021). Recuperación de la gastronomía tradicional de la parroquia Santa Marianita que contribuya al empoderamiento de las mujeres y a añadir valor a la oferta turística en la zona rural. Polo Del Conocimiento. *Revista Científico - Profesional*, 6(4), 259–269. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2560>
- Vercher-Savall, N., Escribano-Pizarro, J., & Valero-López, D. E. (2020). Networks to support female entrepreneurship in rural territories. Obets. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 317–355. <https://doi.org/10.14198/OBETS2020.15.1.11>
- Vukovic, D. B., Petrovic, M., Maiti, M., & Vujko, A. (2023). Tourism development, entrepreneurship and women’s empowerment – Focus on Serbian countryside. *Journal of Tourism Futures*, 9(3), 417–437. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2020-0167>