

DILIGENCIA DE DEPÓSITO DE TESIS.

Comprobado que el expediente académico de D./D^a _____
reúne los requisitos exigidos para la presentación de la Tesis, de acuerdo a la normativa vigente, se
procede, con fecha de hoy a registrar el depósito de la tesis en el Servicio de Estudios Oficiales de
Posgrado, con número de páginas: _____.

Alcalá de Henares a ____ de _____ de 20____



Pilar de la Vega Gallego
Fdo. El Funcionario



Señores/as

ESCUELA DE DOCTORADO

Programa en Economía y Gestión Empresarial

Universidad de Alcalá

Reciban un cordial saludo.

Mediante el presente escrito informamos que MERLYN GUTIÉRREZ CRUZ ha realizado bajo nuestra dirección y tutoría el Trabajo de Investigación correspondiente a su Tesis Doctoral titulada: “MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO RURAL EN COSTA RICA”, modalidad Tesis Parcialmente Publicada.

Revisado el presente documento y una vez surtida la Presentación del Seminario de Tesis ante la Comisión de Doctorado del Programa, solicitamos su tramitación para Defensa ante Tribunal.

Y para que conste a efectos de lo establecido en las disposiciones pertinentes AUTORIZO su presentación ante la Universidad de Alcalá.

Dado en Alcalá de Henares, 30 de octubre de 2020.

SUCH DEVESA Firmado digitalmente por
SUCH DEVESA MARIA
MARIA JESUS JESUS - 25124119T
25124119T Fecha: 2020.10.30
14:45:28 +01'00'

Dra. María Jesús Such Devesa

GABALDON Firmado digitalmente por
GABALDON QUIÑONES
QUIÑONES PATRICIA - 46885179R
PATRICIA - Fecha: 2020.10.30 09:31:18
+01'00'
46885179R

Dra. Patricia Gabaldón Quiñones



**INFORME DEL DIRECTOR/A DE TESIS SOBRE "ANÁLISIS DE COINCIDENCIAS"
DE LA TESIS DOCTORAL A TRAVÉS DEL PROGRAMA TURNITIN**

Directoras: Dra. María Jesús Such Devesa NIF 25124119T, Universidad de Alcalá

Dra. Patricia Gabaldón Quiñones NIF 46885179R, IE University
(en el caso de varios directores se debe incluir a todos ellos)

Autora de la tesis: Dª Merlyn Gutiérrez Cruz

Título de la tesis: La Mujer Emprendedora en el Turismo Rural en Costa Rica

Como director/es de la tesis citada, se informa que se ha procedido al análisis de coincidencias de la tesis doctoral a través del **programa informático Turnitin** establecido por la UAH, arrojando un porcentaje de coincidencias del 26 %.

Por tanto, se emite este informe a la Comisión Académica del programa para su aprobación de la defensa de la tesis.

Justificación de las coincidencias encontradas (obligatorio en caso de que el porcentaje supere el 24%):

Después de revisar las coincidencias, el encabezado de la tesis, que Turnitin considera común a otros documentos, es el principal motivo por el que el nivel de plagio supera el 24%. En cualquier caso, ninguna de las coincidencias supera el 1% de la tesis y están adecuadamente citadas dentro del texto.

En Alcalá de Henares, a 4 de noviembre de 2020

El Director/s de la tesis

SUCH DEVESA
MARIA JESUS
25124119T

Firmado digitalmente por
SUCH DEVESA MARIA
JESUS - 25124119T
Fecha: 2020.11.04
16:12:36 +01'00'

GABALDON
QUIÑONES
PATRICIA -
46885179R

Firmado digitalmente
por GABALDON
QUIÑONES PATRICIA -
46885179R
Fecha: 2020.11.04
16:15:40 +01'00'

Fdo.: María Jesús Such Devesa/Patricia Gabaldón Quiñones

Informada la Comisión Académica:

Fecha: **GONZALO ANGULO JOSE
ANTONIO - DNI 51857072F**

Firmado digitalmente por GONZALO ANGULO JOSE ANTONIO - DNI 51857072F
Número de reconocimiento (DN): cn=ES, ou=UNIVERSIDAD DE ALCALÁ, ou=CERTIFICADO
ELECTRONICO DE EMPLEADO PUBLICO, ou=ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD,
ou=51857072F ASS00, serialNumber=DNCE-51857072F, ou=GONZALO ANGULO
JOSE ANTONIO, cn=GONZALO ANGULO JOSE ANTONIO - DNI 51857072F
Fecha: 2020.11.11 12:57:27 +01'00'

Fdo.: Coordinador de la Comisión Académica del Programa



PROGRAMA DE DOCTORADO EN ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL
 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
 Plaza de la Victoria, 2
 28802 Alcalá de Henares (Madrid)
 Teléfono: 91 885 42 93
 E-mail: doctorado.economia@uah.es

José Antonio GONZALO ANGULO, Coordinador del Programa de Doctorado en Economía y Gestión Empresarial,

INFORMA

De que la Tesis Doctoral titulada *LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO RURAL EN COSTA RICA*, presentada por Dña. Merlyn GUTIÉRREZ CRUZ y dirigida por las doctoras María Jesús SUCH DEVESA (UAH) y Patricia GABALDÓN QUIÑONES (IE University, Madrid) reúne los requisitos científicos de originalidad y rigor metodológicos para ser defendida ante un tribunal. Esta Comisión ha tenido también en cuenta la evaluación positiva anual del doctorando, habiendo obtenido las correspondientes competencias establecidas en el Programa.

Adicionalmente, el 21 de octubre de 2020 ha realizado el seminario de presentación de la Tesis Doctoral a los doctores del Programa en la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo (Alcalá), con resultado satisfactorio.

Para que así conste y surta los efectos oportunos, se emite y firma, a petición del interesado, el presente informe en Alcalá de Henares a 22 de octubre de 2020.

**GONZALO
 ANGULO JOSE
 ANTONIO - DNI
 51857072F**

Firmado digitalmente por GONZALO ANGULO JOSE ANTONIO - DNI 51857072F
 Nombre de reconocimiento (DN): c=ES, o=UNIVERSIDAD DE ALCALÁ, ou=CERTIFICADO ELECTRONICO DE EMPLEADO PUBLICO, ou=ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD, ou=5185707213 A0500, serialNumber=DCE5-51857072F, sn=GONZALO ANGULO, givenName=JOSE ANTONIO, cn=GONZALO ANGULO JOSE ANTONIO - DNI 51857072F
 Fecha: 2020.10.22 20:23:52 +02'00'



Programa de Doctorado en Economía y Gestión Empresarial

LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO RURAL EN COSTA RICA

Tesis Doctoral presentada por

MERLYN GUTIÉRREZ CRUZ

Directoras:

Dra. María Jesús Such Devesa

Dra. Patricia Gabaldón Quiñones

Alcalá de Henares, octubre 2020

Dedicatoria

A mi familia, que me impulsa a superarme y ser mejor.

A las emprendedoras turísticas rurales costarricenses que con esfuerzo y cariño muestran a los turistas la esencia del ser costarricense.

Agradecimientos

En el año 2016 inicié esta bella aventura que me llevó a un hermoso país como es España y donde pude emprender un camino hacia mi superación profesional. En primer lugar, agradezco a Dios y a la Virgen María que me dieron salud, fortaleza y sabiduría para llevar a cabo este proyecto de vida.

Doy gracias a mis directoras María Jesús y Patricia por aceptar dirigirme en esta investigación, por toda su dedicación, su cariño, su paciencia y su guía en este proceso.

Agradezco a mi familia, a mi pareja y a mi Tío Antonio por su amor permanente, sus palabras fortalecedoras y por su apoyo incondicional que me impulsan a superarme.

A mis amigas Pilar y Casilda por sus consejos, por su cariño, por los momentos compartidos y por todas las palabras de aliento que me brindaron en el transcurso de esta aventura.

A mis primos Pina, Pepe y su familia por abrirme las puertas de su hogar y apoyarme en tantas ocasiones.

A Shirley Gayle, del INAMU, por facilitar la información que me permitió realizar esta investigación. Y a todas las emprendedoras que depositaron su confianza en mí y compartieron sus historias.

Al personal académico de la Universidad de Alcalá vinculado al doctorado en Economía y Gestión Empresarial por compartir sus conocimientos, en especial al profesor Luis Rivera por su asesoría.

A mis compañeros y compañeras de la Universidad Nacional, en Costa Rica por su apoyo. Y a todas las personas que durante este camino recorrido me apoyaron y brindaron una mano.

Resumen

La participación cada vez más activa de las mujeres en la sociedad y en la economía, ha hecho que el emprendimiento femenino se analice en diferentes contextos y sectores, incluido el turismo y el turismo rural. La realización de esta investigación surge a raíz de la inquietud por la carencia de estudios científicos que aborden el escenario real de las emprendedoras turísticas en áreas rurales en Costa Rica; esta investigación es un paso hacia el conocimiento de estas emprendedoras.

El objetivo general de esta tesis doctoral es analizar la actividad emprendedora de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de turismo rural lideradas por mujeres en Costa Rica, para comprender los elementos que intervienen en el éxito de sus iniciativas y las dificultades que éstas enfrentan.

El análisis presentado a lo largo de esta disertación está guiado por tres objetivos: 1) examinar a la mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica, enmarcándola en el contexto latinoamericano y de las emprendedoras rurales; 2) investigar la relación entre el acceso a financiación, formación y afiliación a redes y el desempeño de las micro y pequeñas empresas de turismo rural dirigidas por mujeres en Costa Rica; 3) analizar los factores del entorno que influyen en la actividad de las mipymes turísticas rurales existentes dirigidas por mujeres en Costa Rica.

Para abordar los objetivos de la investigación se utilizó un diseño mixto, preferentemente cualitativo, con la intención de profundizar en la comprensión del fenómeno de las emprendedoras en el sector turístico rural costarricense. Asimismo, se utiliza un enfoque descriptivo y correlacional.

Los principales hallazgos de esta investigación revelan que, en el caso del turismo rural costarricense, las mujeres se enfrentan a importantes limitaciones comparadas con el resto de las emprendedoras. Al tratarse de un entorno rural, las posibilidades ofrecidas por el mercado de trabajo son limitadas y las condiciones familiares no permiten a estas mujeres trabajar muy lejos de sus hogares. De esta manera, la creación de empresas dentro de su entorno les permite tener su propio trabajo y generar mejores condiciones de vida alrededor de su hogar. El vínculo de estas emprendedoras con las tradiciones y la cultura de su país hace que los beneficios del emprendimiento se amplíen. Asimismo, se evidencia la importancia del apoyo familiar y la afiliación a redes como elementos esenciales para el desarrollo de empresas exitosas. La familia y estas organizaciones proporcionan un elemento esencial para el éxito de las emprendedoras: el acceso a financiación. Por otra parte, los resultados revelan que los factores formales (barreras burocráticas y bajos niveles de capital humano), combinados con la presencia o la ausencia de otros factores institucionales tanto formales como informales representan una condición crítica vinculada con la baja o nula generación de ganancias.

Desde el punto de vista académico, esta investigación es un aporte al limitado conocimiento existente sobre la realidad de las empresas dirigidas por mujeres en el sector turístico rural costarricense y conduce a futuras líneas de investigación sobre este colectivo. Las implicaciones de la investigación para las políticas públicas y para los tomadores de decisiones son clave para el desarrollo del emprendimiento rural en Costa Rica, es necesario que el apoyo a estas mujeres se aborde de una manera integral y multidisciplinar.

Tabla de Contenido

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN..... 12

1.1	Presentación.....	12
1.2	El problema de investigación	15
1.3	Objetivos.....	17
1.4	Marco Teórico	17
1.5	Metodología.....	22
1.6	Estructura de la tesis	27
1.7	Principales resultados / implicaciones	29
1.8	Proceso de investigación	31

CAPÍTULO II. 33

LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO RURAL: PECULIARIDADES DEL CASO COSTARRICENSE A TRAVÉS DE LA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA 33

2.1	INTRODUCCIÓN.....	35
2.2	METODOLOGÍA.....	36
2.3	ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL MUNDO	37
2.3.1	Emprendimiento femenino en América Latina y el Caribe	38
2.3.2	Emprendimiento femenino en Costa Rica	40
2.4	PAPEL DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO.....	41
2.4.1	Emprendedoras turísticas en Latinoamérica y el Caribe.....	43
2.4.2	Emprendedoras turísticas en Costa Rica.....	44
2.5	MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO RURAL	45
2.5.1	Emprendedoras turísticas rurales en Latinoamérica y el Caribe.....	47
2.5.2	Emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica	52
2.6	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	54
2.7	CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES	60
	REFERENCIAS.....	62

CAPÍTULO III..... 77

FACTORES DE ÉXITO EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO TURÍSTICO RURAL EN COSTA RICA..... 77

3.1	INTRODUCCIÓN	79
3.2	EL CONTEXTO COSTARRICENSE.....	81
3.3	MARCO TEÓRICO.....	84

3.3.1 El acceso a financiación de la emprendedora rural.....	86
3.3.2 El acceso a formación de la emprendedora rural.....	87
3.3.3 La afiliación a redes de la emprendedora rural.....	89
3.4 METODOLOGÍA.....	91
3.4.1 Variables.....	92
3.4.2 Análisis Factorial.....	93
3.4.3 Análisis Clúster.....	95
3.5 RESULTADOS.....	96
3.5.1 Análisis Factorial.....	97
3.5.2 Análisis Clúster.....	98
3.5.3 Análisis mixto: análisis cualitativo según clústeres.....	100
3.6 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	111
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	114
Apéndice 1.....	128
Matriz de correlaciones de Pearson.....	128
Apéndice 2.....	130
Matriz de correlaciones de Spearman.....	130
Apéndice 3.....	132
Prueba de KMO y Bartlett.....	132

CAPÍTULO IV..... 134

FACTORES DEL ENTORNO QUE INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD DE LAS MIPYMES FEMENINAS TURÍSTICAS RURALES COSTARRICENSES..... 134

4.1 Introducción.....	137
4.2 Marco Teórico.....	138
4.2.1 Factores institucionales formales del emprendimiento femenino.....	140
a. Capital humano.....	140
b. Medidas gubernamentales.....	142
c. Financiación.....	143
d. Programas de apoyo no económico.....	145
4.2.2 Factores institucionales informales del emprendimiento femenino.....	146
a. Códigos de conducta.....	147
b. Normas sociales.....	148
c. El papel familiar.....	149
4.2.3 Actividad empresarial femenina.....	151
4.3 Metodología.....	152
4.3.1 Datos.....	152
4.3.2 Método fsQCA.....	153
4.3.3 Calibración.....	157
4.4 Resultados.....	159
4.4.1 Análisis de necesidad.....	159
4.4.2 Implementación de fsQCA.....	160

4.5 Discusión y conclusiones	163
Referencias.....	167
<u>CAPÍTULO V.....</u>	<u>183</u>
<u>OBSERVACIONES FINALES.....</u>	<u>183</u>
5.1 Implicaciones	186
5.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación	189
<u>REFERENCIAS.....</u>	<u>191</u>
<u>APÉNDICE A.....</u>	<u>202</u>
<u>GUÍA DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR EL INAMU</u>	<u>202</u>
<u>APÉNDICE B.....</u>	<u>203</u>
<u>GUÍA DE LA ENTREVISTA REALIZADA A 13 EMPRENDEDORAS</u>	<u>203</u>
<u>APÉNDICE C.....</u>	<u>207</u>
<u>TABLAS ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....</u>	<u>207</u>

La Mujer Emprendedora en el Turismo Rural en Costa Rica

Capítulo I. Introducción

1.1 Presentación

El sector turístico es de suma importancia para la economía mundial por sus efectos económicos, socioculturales y ambientales. Es un sector económico que proporciona transformaciones sociales en las economías emergentes (Külekcı et al., 2012) debido a su potencial de crecimiento y desarrollo empresarial. El turismo promueve la recuperación y conservación del patrimonio cultural y natural, fomenta el desarrollo de las áreas más desfavorecidas a través de la generación de nuevos empleos directos e indirectos y de la diversificación de la producción (Reis, 2012). El incremento en la actividad turística ha influido en la dinamización de las economías rurales, que han aprovechado sus recursos naturales, culturales y sus actividades productivas cotidianas para promover una oferta turística que atraiga a los turistas y que articule la tradición, la ruralidad y el patrimonio local (Ribeiro et al., 2001).

El turismo rural surge en la década de los 70's, cuando los turistas cansados del tradicional modelo de turismo de masas buscan alternativas en espacios rurales que les ofrezcan una experiencia vivencial más auténtica, que permita la interacción con la cultura local y con el medio natural a través de actividades más sostenibles (Carvalho, 2011). La Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE, 1994) sugiere que el turismo rural se caracteriza por: desarrollarse en zonas rurales; a pequeña escala; en espacios abiertos; en contacto con la naturaleza, el mundo natural, el patrimonio, las sociedades y las prácticas tradicionales; crece lenta y orgánicamente conectado con las familias locales; estar controlado primordialmente a nivel local; desarrollarse a largo plazo para el bien de las comunidades; mantener el carácter rural especial de las poblaciones; hacer un uso sostenible de los recursos;

ser una herramienta para la conservación y la sostenibilidad; y representar el patrón complejo del medio rural, la economía y la historia.

El turismo rural integra actividades culturales, naturales y agrícolas; su implementación en las economías locales provoca cambios en los patrones culturales, económicos y ambientales (Külekçi et al., 2012). Si se practican de forma adecuada, estas actividades van a contribuir al mejoramiento de los recursos endógenos de las comunidades, de su calidad de vida, a su fortalecimiento económico, y en general, a un desarrollo más sostenible.

La actividad turística rural es de especial relevancia para la mujer, ya que fomenta su inserción en el mercado laboral, a través de su participación en emprendimientos, además contribuye a su independencia económica (Talón-Ballesteros et al. 2014), a la diversificación de los ingresos familiares (Galán y Fuller, 2015), a la mejora en el nivel de vida de sus familias y a la reactivación de la economía local (Ling et al., 2013). Por lo que, las mujeres desempeñan un papel importante como gestoras e impulsoras en el emprendimiento turístico, principalmente en el que se desarrolla en las zonas rurales. Su empoderamiento es fundamental para promover un acercamiento a la igualdad de género.

De acuerdo con el segundo informe mundial sobre la mujer en el turismo, las mujeres tienen mayores oportunidades de emprender en el sector turismo, que en la economía en general; asimismo, su participación en iniciativas de turismo comunitario contribuye a “la reducción de la pobreza, el empoderamiento de las mujeres y la conservación del medio ambiente en América Latina” (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2019, p. 117). Por tanto, el turismo y en particular el turismo rural, se convierten en valiosas herramientas que coadyuvan al cumplimiento de los objetivos 1, 5, 8 y 16, establecidos en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible.

En las últimas dos décadas, el emprendimiento se ha constituido en objeto de estudio, no obstante, en el área de emprendimiento rural son menos las investigaciones realizadas, el foco de estudio se concentra en países desarrollados, especialmente Reino Unido, Estados Unidos, España, Finlandia y Grecia (Pato y Texeira, 2014). De forma similar, en relación con el área de hospitalidad y turismo, predominan los estudios en economías desarrolladas, aunque se está dando un crecimiento en la investigación sobre las economías en transición como Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica (Fu et al., 2019). La participación cada vez más activa de las mujeres en la sociedad y en la economía, ha hecho que el emprendimiento femenino se analice en diferentes contextos y sectores, incluidos el turismo y el turismo rural. Sin embargo, de acuerdo con Meyer (2018), aunque la investigación sobre el emprendimiento femenino ha aumentado ligeramente a lo largo de las décadas, todavía existe una brecha de información. Específicamente, la investigación relacionada con las mujeres emprendedoras en países en desarrollo ha sido escasa (Valencia y Lamolla, 2005).

Es el caso de Latinoamérica y el Caribe y de Costa Rica, donde a pesar de que se impulsa la participación de las mujeres en el ecosistema empresarial, un 45,4% y un 43,5% de las empresas respectivamente, tienen al menos una mujer entre los propietarios principales (Banco Mundial, 2019); las estadísticas e información con que se cuenta es limitada, especialmente la que se encuentra desagregada por sectores específicos, por lo que, en muchos países se desconoce quiénes son estas mujeres, cuáles son sus características, qué dificultades enfrentan, entre otra información importante que permitiría dirigir estrategias de desarrollo empresarial específicas que promovieran su mayor participación en la creación de emprendimientos y el crecimiento de los ya existentes.

Para América Central, el turismo constituye una fuente importante de divisas, en el año 2018 se generaron ingresos por 12.8 miles de millones de dólares estadounidenses. Costa Rica

es el país centroamericano que registra el mayor número de llegadas, en ese mismo año ingresaron 3.017 millones de turistas internacionales. Las tendencias actuales de viaje representan una oportunidad para las empresas de mujeres en el medio rural, ya que hay un deseo por parte del turista de involucrarse en el diario vivir de las comunidades locales y de buscar experiencias auténticas (OMT, 2019). Según Vaca Trigo (2019), la desigualdad socioeconómica y la pobreza persisten como limitantes al pleno desarrollo de las mujeres y al avance hacia la igualdad de género. El emprendimiento femenino en el turismo rural se presenta como una opción para lograr la integración en el mundo laboral y el crecimiento económico de la mujer. El Banco Mundial (2014) afirma: “desbloquear el potencial de las mujeres emprendedoras sacaría a millones de personas de la pobreza, crearía empleos, aumentaría los ingresos y tendría efectos indirectos importantes que conducirían a mayores resultados económicos, sociales y familiares” (párr. 1).

Reconociendo las importantes oportunidades que genera la actividad turística para la mujer emprendedora en el medio rural y la carencia de un panorama que muestre la realidad actual de estas empresarias, la presente investigación busca comprender sus características, los elementos que intervienen en el éxito de sus iniciativas y las dificultades que éstas enfrentan, utilizando el caso de las mujeres emprendedoras en el turismo rural en Costa Rica.

1.2 El problema de investigación

El turismo es una de las principales actividades económicas en Costa Rica, su aporte al Producto Interno Bruto (PIB) del país se ha incrementado en los últimos años pasando de un 4,4% en el año 2012 a un 6,3% en el 2016 (Banco Central de Costa Rica, BCCR, 2020). El porcentaje de personas ocupadas en industrias relacionadas con el turismo, para el 2016, es de 13,21% del total de empleos en la economía costarricense (que es de 2.402.167 personas trabajadoras). Este porcentaje se desagrega en empleos generados por productos característicos

del turismo (8,8%) y servicios conexos del turismo (4,41%); de los cuales un 3,49% y un 2,48% están ocupados por mujeres (BCCR, 2018). A pesar de la importancia de la actividad para el país, la disponibilidad de datos cualitativos y cuantitativos desglosados por sexo sobre el turismo rural es limitada.

La realización de esta investigación surge a raíz de la inquietud por la carencia de estudios científicos que aborden el escenario real de las emprendedoras turísticas en áreas rurales en Costa Rica; esta investigación es un paso hacia el conocimiento de estas emprendedoras. El objetivo general de esta tesis doctoral es analizar la actividad emprendedora de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de turismo rural lideradas por mujeres en Costa Rica, para comprender los elementos que intervienen en el éxito de sus iniciativas y las dificultades que éstas enfrentan. El presente estudio basa su análisis en un estudio descriptivo y correlacional para examinar a la mujer emprendedora en el turismo rural y conocer en qué manera las características de las empresarias y de sus micro y pequeñas empresas influyen en el desempeño de su empresa. También se indaga en los factores institucionales formales e informales que afectan a la actividad empresarial femenina.

Se utiliza el caso del sector turístico rural costarricense, lo cual es de relevancia porque Costa Rica ha sido reconocido en el índice global de emprendimiento (GEI) 2018, como el primer país emprendedor en Centroamérica, el número seis en Latinoamérica y cincuenta y seis a nivel mundial (Ács et al., 2017), lo que significa que el país cuenta con las condiciones idóneas para impulsar el emprendimiento femenino (Mastercard, 2019). Asimismo, en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2017- 2021 se incorporan metas que buscan el desarrollo de nuevos destinos turísticos a través de la incorporación de emprendimientos en el entorno rural y de la expansión de nuevos productos relacionados con la ruralidad (Instituto

Costarricense de Turismo, ICT, 2017). Los resultados de este análisis empírico son útiles por sus aportes a un campo poco estudiado como es el de las emprendedoras turísticas rurales.

1.3 Objetivos

Objetivo General:

- Analizar la actividad emprendedora de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de turismo rural lideradas por mujeres en Costa Rica, para comprender los elementos que intervienen en el éxito de sus iniciativas y las dificultades que éstas enfrentan.

Objetivos Específicos:

- Examinar a la mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica, enmarcándola en el contexto latinoamericano y de las emprendedoras rurales.
- definir el perfil de las mujeres emprendedoras costarricenses en el sector del turismo rural y determinar si sus características y las de sus empresas están relacionadas con su desempeño.
- Analizar los factores del entorno que influyen en la actividad de las mipymes turísticas rurales existentes dirigidas por mujeres en Costa Rica.

1.4 Marco Teórico

Los primeros estudios sobre el emprendimiento femenino se ubican en la década de los 70's (Meyer, 2018), en general, basados en las diferencias psicológicas y sociológicas con su contraparte masculina (Brush, 1992). La importancia del estudio del emprendimiento femenino como un campo de investigación separado ha aumentado en los últimos años (Meyer, 2018), debido a que, existen diferencias en sus motivaciones, características, estrategias de gestión, formas de financiación y patrones de crecimiento (Greene et al., 2003). Asimismo, conforme aumenta la participación de las mujeres como emprendedoras, se hace necesario el uso de

perspectivas teóricas y enfoques de investigación que faciliten la comprensión de este fenómeno (De Bruin et al., 2007).

Las mujeres emprenden por razones diversas. Coughlin y Thomas (2002) consideran que uno de los principales motivos y de los más universales que las impulsa a crear su propia empresa es la generación de ingresos. Estos autores también señalan que algunas mujeres deciden emprender porque sienten que en sus trabajos han alcanzado el “techo de cristal” y se sienten frustradas. Por otra parte, en el estudio realizado por Buttner y Moore (1997) se identificó que las mujeres emprenden porque buscan independencia y autonomía. Otras emprendedoras son motivadas por la necesidad de logro, de crecimiento personal, la autodeterminación, la necesidad de generar un cambio y contribuir en su comunidad, para ajustar sus obligaciones familiares con sus necesidades profesionales (Ascher, 2012), o para materializar una oportunidad de negocio (Vale et al., 2014).

La literatura sobre emprendimientos dirigidos por mujeres sugiere que sus empresas se caracterizan por tener menores dimensiones y se concentran en sectores poco rentables, lo que se relaciona con una menor disponibilidad de los recursos necesarios para que sus empresas sean exitosas (Rosa et al., 1996). Asimismo, a lo largo de todo el proceso emprendedor, las mujeres deben enfrentarse a múltiples barreras prácticas, ideológicas y culturales que afectan su desempeño, como son la falta de experiencia, la falta de capital social, la carencia de capital financiero, la falta de tiempo por asumir sus responsabilidades familiares o desigualdades de acceso a los recursos basadas en el género y actitudes estereotípicas (Ascher, 2012). De forma similar, Giménez y Calabrò (2018) afirman que, actualmente las mujeres que realizan actividades empresariales deben enfrentar barreras tanto formales como informales, muchas de las cuales se derivan de los roles de género.

Las empresas turísticas en general y turísticas rurales, en particular, tradicionalmente también se caracterizan por ser pequeñas (Bastakis et al., 2015) y generalmente, por ser administradas por familias y por mujeres (Tinsley y Lynch, 2001). Al igual que en otros sectores, las emprendedoras se enfrentan a factores que limitan su acceso a recursos que afectan el crecimiento y el desempeño de sus empresas, como son la carencia de conocimientos turísticos y en gestión empresarial, la falta de incentivos gubernamentales, las dificultades financieras, la estacionalidad que caracteriza al turismo (Jaafar et al., 2015; Krannich y Petrzelka, 2003), la dificultad de equilibrar las tareas del hogar con las obligaciones laborales (Barbieri y Mshenga, 2008), los obstáculos regulatorios y burocráticos, la ausencia de organismos asesores y la visión tradicional de la mujer en la sociedad (Radović, y Radović-Markovi, 2016).

El acceso a los recursos por parte de las emprendedoras es un factor determinante en el desarrollo de sus empresas; esto se puede lograr por medio del apoyo gubernamental a través de la desregulación, la provisión de información, el acceso a las finanzas, los incentivos fiscales, el acceso a la seguridad social, la simplificación de trámites, la capacitación, entre otros (Verheul et al., 2001).

Esta investigación se enfoca en el tema de la mujer emprendedora en el sector turístico rural. Para explicar la relación entre el acceso a financiación, formación y afiliación a redes y el desempeño de sus mipymes se utiliza la teoría de recursos. Mientras que, para analizar los factores formales e informales institucionales que influyen en el desarrollo de su actividad empresarial se recurre a la teoría institucional (North, 1990).

La teoría de los recursos analiza la relación existente entre las características internas y el rendimiento de una empresa. Ésta describe la forma en que los empresarios hacen crecer sus negocios utilizando los recursos y capacidades que poseen (Dollinger, 1999). Los recursos

caracterizados por ser heterogéneos, inmóviles, valiosos, raros, imperfectamente imitables y no sustituibles le brindan una ventaja competitiva duradera a una empresa (Barney, 1991). La teoría de los recursos vincula un incremento en el acceso a los recursos de una empresa con un incremento en su proceso de producción (Carro y González, 2012) y, por tanto, en su desempeño.

Dentro de este marco teórico, se entiende que un recurso es cualquier elemento tangible o intangible (Hall, 1992; Hill y Jones, 2005; Wernerfelt, 1984) que pueda considerarse como una fortaleza o una debilidad de una empresa determinada (Caves, 1980). Barney (1991) clasifica los recursos de la empresa en tres categorías: recursos de capital físico, que incluyen la tecnología, el terreno, el edificio, el equipamiento, el acceso a materias primas y otros; recursos de capital humano, que abarcan la formación, la experiencia, las habilidades, el criterio, el conocimiento y otros; y recursos de capital organizacional, que comprenden el control, la planificación formal e informal, la coordinación, las relaciones informales entre grupos de interés y otros. Hall (1992), Hill y Jones (2005) y Wernerfelt (1984) por su parte, los clasifican en recursos tangibles e intangibles. Los recursos tangibles incluyen los recursos físicos y financieros mientras que los intangibles engloban la marca comercial y registrada, las patentes, las relaciones entre clientes y proveedores, la cultura empresarial, la tecnología, y otras. Grant (2006) agrega a la clasificación, el recurso humano, es decir, sus trabajadores y las cualificaciones y experiencias de estos. Amit y Schoemaker (1993), Barney (1991), Grant (1991), Priem y Butler (2001) y Teece et al. (1997) afirman que estos recursos son determinantes en el desempeño de las empresas porque les permiten establecer estrategias que contribuyan a mejorar su eficiencia y eficacia.

La teoría institucional adopta una visión sociológica de las interacciones entre las instituciones (organizaciones) y la sociedad (Amine y Staub, 2009). North (1990) define las

instituciones como las reglas de juego en una sociedad, es decir, las restricciones y normas creadas por el ser humano que rigen la interacción social. De esta manera, los empresarios adaptarán sus actividades y su modelo estratégico para ajustarse a las oportunidades y limitaciones provistas a través del marco institucional formal e informal (North, 1990 y 2005).

Las instituciones formales son normas escritas formales como leyes, constituciones, reglamentos políticos legales y económicos, así como procedimientos gubernamentales (North, 1990); estas inciden en el desarrollo empresarial femenino (Aidis et al., 2007). Aunque su función es garantizar el intercambio político, social y económico (North, 1993), no necesariamente son creadas para beneficiar a las empresas (North, 1994).

En contraste, las instituciones informales son reglas socialmente compartidas, generalmente no escritas, códigos de conducta, normas de comportamiento, convenciones, ideas, creencias, actitudes, valores sociales y hábitos (Brinks, 2003; North, 1990). Estas son códigos de comportamiento que complementan a las instituciones formales (Díaz Casero et al., 2006) y que provienen de la información que se transmite y forma parte de la herencia cultural de una sociedad (North, 1993). Es frecuente que las mujeres empresarias se enfrenten a actitudes estereotipadas que son producto de las reglas informales (Cabrera y Mauricio, 2017).

De acuerdo con Giménez y Calabrò (2018), las instituciones informales como los roles de género, las normas sociales, la familia, las religiones e ideologías y los códigos de conducta; y las instituciones formales como las reglas económicas y políticas, las regulaciones de entrada y del mercado laboral, así como la educación y la formación influyen en las mujeres emprendedoras.

La investigación sobre la influencia de las instituciones formales e informales en el emprendimiento femenino, como la realizada por Aidis et al. (2007) indica que, las mujeres en países en transición tienen menos acceso a fuentes externas de capital y se ven afectadas por

las normas y los valores de género. Jennings y McDougald (2007) sugieren que el desempeño de las empresas propiedad de mujeres se ve influido por la dificultad de equilibrar trabajo y familia.

Tambunan (2009) encontró que las emprendedoras en Indonesia enfrentan limitaciones para iniciar o mantener sus empresas como son el bajo nivel de educación y la falta de oportunidades de capacitación; las tareas domésticas; las restricciones legales, culturales o religiosas y la falta de acceso al crédito formal. Chakravarty (2013) reconoce que el acceso a recursos financieros externos, las altas tasas de impuestos y las menores habilidades gerenciales se presentan como limitaciones para las emprendedoras rurales. Cikik et al. (2018), señala que las brechas de género limitan el potencial de las mujeres emprendedoras rurales; asimismo identifica que la falta de capital financiero para invertir, la poca cooperación de las instituciones locales y el bajo capital humano y social representan obstáculos para sus negocios de turismo rural.

1.5 Metodología

Para abordar los objetivos de la investigación se utilizó un diseño mixto, preferentemente cualitativo, con la intención de profundizar en la comprensión del fenómeno de las emprendedoras en el sector turístico rural costarricense. Asimismo, se utiliza un enfoque descriptivo y correlacional, pues se busca describir a la mujer emprendedora en el turismo rural costarricense y analizar los elementos que intervienen en el éxito de sus iniciativas y las dificultades a las que éstas se enfrentan.

La revisión de literatura se llevó a cabo utilizando las bases de datos Science Direct, Proquest, Scielo, Redalyc, Scopus, EBSCO, Web of Science, Emerald, Jstor, Teseo, Dialnet y Google Académico, entre otras. Se realizó una revisión sistemática de estudios académicos empíricos e informes de organismos gubernamentales y privados que se vincularan a la

temática en estudio. Las palabras claves utilizadas en la búsqueda se relacionaron con los objetivos de la investigación y las teorías abordadas.

Los datos

No existe una base de datos que agrupe a todas las emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica, por lo que, para la realización de esta investigación, se utilizó la base de datos creada por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) para el Proyecto Emprende, cuyo objetivo era fortalecer las capacidades empresariales de las mujeres costarricenses, de distintos sectores económicos, para impulsar su autonomía económica. Este proyecto estuvo vigente desde el 3 de octubre de 2012 hasta el 3 de abril de 2018.

El proyecto Emprende trabajó con mujeres emprendedoras individuales o agrupaciones de mujeres de áreas rurales y urbano-marginales con un bajo índice de desarrollo social cantonal (quintil 1 y 2), en las regiones Chorotega, Pacífico Central y Huetar Atlántica del país, de los sectores de turismo rural, artesanías, agroindustria, agropecuario, servicio, comercio y actividades económicas no tradicionales. Para construir la base de datos, el proyecto identificó dos grupos de mujeres beneficiarias. El primer grupo fue seleccionado por los equipos técnicos locales (equipos interinstitucionales) de cada región, que fueron referidas por las instituciones gubernamentales que estaban vinculadas a ellas: INAMU, Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Ministerio de Agricultura y Ganadería e Instituto Nacional de Aprendizaje. Para el segundo grupo, con base en una caracterización de las mujeres emprendedoras del grupo 1, los equipos técnicos locales de cada región establecieron un perfil mínimo para la selección de los proyectos productivos de las mujeres que conformarían el grupo. Dicho perfil abarcó características personales (zona geográfica, edad, etnia) y empresariales (nivel de desarrollo, sector productivo, tiempo de operación, dedicación al negocio, valor agregado, fuente de ingreso, enfoque de mercado, orientación a una producción y tecnología limpia) (S. Gayle,

comunicación personal, 21 de setiembre de 2020). Según la información recopilada en la base de datos general del proyecto, las emprendedoras de turismo rural comparten características similares con el resto de las emprendedoras rurales.

Dentro de esta base de datos, el proyecto *Emprende* identificó 79 empresarias vinculadas a proyectos de turismo rural. Se utilizó el Manual de Clasificación Geográfica del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), para verificar que las empresas realmente se encontraban ubicadas en zonas rurales, ya que cada nación establece su propia clasificación con respecto a lo urbano y a lo rural (INEC, 2016). En Costa Rica, se define lo rural como:

Las áreas del país no ubicadas en el área urbana, que reúnen características, tales como: un predominio de actividades agropecuaria, pecuarias, silvícola y turísticas; dentro de esas zonas se pueden encontrar conglomerados de viviendas y viviendas dispersas; así como centros poblados, con disposición de servicios de infraestructura como electricidad, agua potable y teléfono; cuentan con servicios como escuela, iglesia, parque o plaza de esparcimiento, centro de salud, guardia rural, etc.; pequeños o medianos comercios relacionados algunos con el suministro de bienes para la producción agrícola; y un nombre determinado distintivo que los distingue de otros poblados o caseríos (INEC, 2016, p. 14).

Una vez hecha la verificación, se eliminó de la lista a las empresarias que solamente tenían una idea de negocio y a las que tenían empresas inactivas. La base de datos final con la que se trabajó tenía 39 mujeres emprendedoras con un negocio en funcionamiento. El INAMU, a petición nuestra, facilitó la información recopilada durante el proyecto sobre estas

emprendedoras: edad, estado civil, nivel educativo, tiempo de operación, nivel de ventas mensuales, entre otra (apéndice A).

Posteriormente, debido al interés de conocer a estas emprendedoras y con el fin de obtener información que nos permitiera realizar un análisis más profundo, se realizaron entrevistas individuales que incluyen una combinación de preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas (apéndice B) a una muestra del total de las emprendedoras, para lo que se visitó a cada empresaria en su casa de habitación o negocio. Se realizó una prueba piloto del cuestionario a 3 emprendedoras que participaban en una feria de emprendimiento en el Parque Recaredo Briceño, en el cantón de Nicoya, en la provincia de Guanacaste, el día 14 de febrero de 2018. Con base en lo observado durante las entrevistas, se eliminó los ítems repetidos y se redactó nuevamente algunas preguntas para mejorar su comprensión.

Para realizar las entrevistas, se seleccionó aleatoriamente a 20 empresarias, sin embargo, por diversas razones (cancelaciones de última hora, ausencias cuando se les visitó, etc.), únicamente se entrevistó a 13 empresarias, entre los meses de marzo y abril de 2018. Cada entrevista tuvo una duración de 30 a 40 minutos, no todas se pudieron grabar debido a que algunas emprendedoras así lo solicitaron. Finalmente, para conocer las dificultades que enfrentan las emprendedoras y sus empresas para la generación de beneficios económicos que les permita crecer, se llamó por teléfono a las 26 emprendedoras restantes y se les aplicó una parte del cuestionario que contenía 10 preguntas en escala Likert de 5 puntos (apéndice B).

Análisis descriptivo de las emprendedoras y sus empresas

A partir de la información suministrada por el INAMU, se realiza un análisis descriptivo de los datos de las emprendedoras y sus empresas (ver las tablas en el apéndice C). Las mujeres emprendedoras se ubican mayoritariamente en un rango de edad entre los 50 a 59 años (46,2%), son de nacionalidad costarricense (97,4%) (tabla 1) y se encuentran casadas (48,7%) (tabla 2).

Las emprendedoras tienen un bajo nivel educativo. La mayoría tiene solamente educación primaria completa (35.9%) y un menor porcentaje posee secundaria incompleta (28,2%) (tabla 3). Como es el caso de las mujeres que viven en entornos rurales en países en desarrollo, las profesiones predominantes de las emprendedoras son ama de casa (28,2%) y agricultora (23.1%), aunque algunas de las encuestadas identificaron como su profesión la actividad relacionada con su emprendimiento, como, por ejemplo, ser empresaria (28,2%), turismo (10,3%) o administradora 2,6%), a pesar de contar únicamente con estudios básicos (tabla 4).

En cuanto a las responsabilidades familiares de las emprendedoras, los datos muestran que el 56,4% son jefas de hogar, es decir, sostienen económicamente a la familia y toman las decisiones. Asimismo, un 66,7% tiene personas a cargo, ya sean menores de edad, adultos, adultos mayores o personas con discapacidad; y un 46,2% tienen de 1 a 2 dependientes económicos, mientras que un 30,8% tiene de 3 a 4 personas que dependen económicamente de ellas, pueden ser hijos/as, nietos/as, padre, madre, suegro o suegra, entre otros (tabla 5).

La tabla 6 muestra las frecuencias del tipo de producto o servicio que ofrecen las emprendedoras. El principal servicio es el hospedaje (33,3%), seguido de tours locales (23,1%) y fincas integrales (17,9%). Un menor porcentaje ofrece comidas típicas (7,7%). Dentro de la categoría otros se incluyen cría de tilapias, criadero de iguanas, entre otros.

Las empresas que dirigen estas emprendedoras se ubican principalmente en sus hogares (82,1%), se podría decir que esto es característico de este tipo de emprendimientos, ya que, el turismo rural se desarrolla como una alternativa a las actividades cotidianas, además, se debe considerar que en muchas ocasiones las emprendedoras alternan sus quehaceres domésticos y responsabilidades familiares con la atención de la empresa (tabla 7).

Un 69,2% de las empresas están conformadas individualmente y un 12% en forma grupal, como asociaciones, cooperativas o sociedades anónimas. La mayoría opera informalmente (74,4%). Una característica que llama la atención es que un 59% de las empresas que dirigen estas emprendedoras tienen más de 5 años de operar y un 25,6% tienen de 1 a menos de 3 años (tabla 7). En su mayoría las emprendedoras reportan bajos niveles de ventas, entre \$0 a \$176 (23,1%), \$177 a \$352 (12,8%) y \$353 a \$528 (17,9%) (tabla 8) y perciben que sus empresas generan ganancias para subsistir y para vivir (38,5%) y para reinvertir y diversificar (25,6%). Un porcentaje muy pequeño de emprendedoras perciben que sus empresas generan ganancias para ahorrar y crecer (5,1%). Asimismo, un 10,3% consideran que no generan ganancias (tabla 9).

Con respecto a la capacitación recibida por las emprendedoras, un 48,7% indicó que sí llevó capacitaciones y el mismo porcentaje, es decir, un 48,7% indicó que no. Por otra parte, un 38,5% indicó que recibió financiamiento, algunas especificaron que provenía del Fondo de Fomento para Actividades Productivas y de Organización de las Mujeres (FOMUJERES), que es un fondo no reembolsable que otorga el INAMU para financiar proyectos de actividades productivas dirigidas por mujeres; mientras que el mismo porcentaje, y un 38,5% comentó que no ha recibido financiamiento (tabla 10).

1.6 Estructura de la tesis

La tesis se compone de cinco capítulos incluido este primer capítulo que abarca los aspectos introductorios. Los capítulos dos, tres y cuatro corresponden al cumplimiento de los objetivos de la investigación. Y el capítulo cinco incluye las observaciones finales.

El capítulo dos, corresponde al primer artículo publicado y titulado: “La mujer emprendedora en el turismo rural: peculiaridades del caso costarricense a través de la revisión bibliográfica”. Éste analiza el fenómeno de la mujer emprendedora en el turismo rural en Costa

Rica, enmarcándola en el contexto latinoamericano y de las emprendedoras rurales. Se realiza una revisión sistemática de la literatura y trabajos disponibles en el tema que permite definir el perfil de las empresarias, sus motivaciones y las barreras a las que se enfrentan. Los resultados evidencian las importantes similitudes que existen entre las emprendedoras turísticas rurales costarricenses con el resto de las emprendedoras en Latinoamérica y el mundo.

El capítulo tres corresponde al artículo titulado: “Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica”. En este estudio se utiliza la teoría basada en los recursos para investigar la relación entre el acceso a financiación, formación y afiliación a redes con el desempeño de las micro y pequeñas empresas de turismo rural dirigidas por mujeres en Costa Rica. Se emplea una metodología mixta basada en entrevistas que incluyen una combinación de preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas. Los resultados exponen la importancia de dos elementos fundamentales para el desarrollo de empresas exitosas: el apoyo familiar y la afiliación a redes.

El capítulo cuatro corresponde al tercer artículo que se titula: “Factores del entorno que influyen en la actividad de las mipymes femeninas turísticas rurales costarricenses”. En éste, a través de un análisis comparativo cualitativo de conjuntos difusos (fsQCA), se examinan las combinaciones de factores institucionales formales e informales que influyen negativamente en la generación de ganancias de las empresas dirigidas por mujeres en el sector turístico rural costarricense, adoptando como marco teórico de referencia la teoría institucional. Los resultados resaltan que los factores formales: barreras burocráticas y bajos niveles de capital humano, combinados con la presencia o la ausencia de otros factores institucionales tanto formales como informales representan una condición crítica que se vincula a la baja o nula generación de ganancias en las mipymes femeninas turísticas rurales costarricenses.

1.7 Principales resultados / implicaciones

Esta tesis revela importantes implicaciones. Desde el punto de vista académico, esta investigación es un aporte al limitado conocimiento existente sobre la realidad de las empresas dirigidas por mujeres en el sector turístico rural costarricense.

Se evidencia que las emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica enfrentan importantes limitaciones en comparación con el resto de las emprendedoras debido a las responsabilidades familiares que les impide desplazarse lejos de sus hogares y a la limitada oferta laboral que caracteriza a las comunidades rurales. Estas emprendedoras crean sus empresas dentro de su entorno, motivadas no solo por mejorar su calidad de vida, sino que, al mismo tiempo buscan contribuir al modelo de desarrollo turístico sostenible que caracteriza al país, por lo que sus emprendimientos se forjan en torno a su herencia cultural y transmiten su estilo de vida, sus costumbres y sus tradiciones. Aunque se trata de empresas de limitado crecimiento, representan una oportunidad para estas mujeres y para el desarrollo económico de sus comunidades, ya que permite que las mujeres fortalezcan su capacidad de agencia, de empoderamiento y de confianza en sí mismas.

Los resultados obtenidos contribuyen a la expansión del conocimiento existente sobre las mujeres emprendedoras (Cooper et al., 1997; Díaz y Jiménez, 2010; Meyer y Mostert, 2016; Shaw et al., 2009) y la forma en que sus características y las de sus mipymes afectan el desempeño de su empresa.

Los resultados muestran que el éxito de los emprendimientos turísticos rurales está condicionado por el acceso a la financiación. No obstante, el apoyo de la familia y la afiliación de las mujeres a redes como cooperativas, asociaciones o sociedades, constituyen dos elementos importantes para el desempeño exitoso de sus empresas, ya que estos facilitan su acceso a fuentes de financiamiento. Por lo que, para impulsar el crecimiento y la mejora en el

desempeño de sus empresas, es necesario que, adicional a la capacitación en gestión empresarial y al fomento de la asociatividad, a estas mujeres se les proporcione facilidades para acceder al crédito y para formalizar sus empresas.

Los resultados contribuyen a la comprensión del proceso emprendedor de las mujeres desde la teoría institucional (Aidis, 2005; Álvarez et al., 2011; Álvarez et al., 2012; Díaz Casero et al., 2005; Ferri y Urbano, 2010; Noguera et al., 2013; Roomi et al., 2018; Yunis et al., 2018), al examinar empíricamente la relación entre los factores institucionales formales e informales y las bajas ganancias en el contexto de las mipymes turísticas rurales.

Aspectos institucionales como las barreras burocráticas relacionadas con el pago de impuesto y los trámites excesivos, los bajos niveles de capital humano y la dificultad de acceso a financiación son percibidas por las mujeres emprendedoras como los principales factores que se relacionan con las bajas ganancias en su actividad empresarial. Contrariamente, las emprendedoras no perciben que los códigos de conducta y su rol en el núcleo familiar sean obstáculos importantes para su actividad empresarial. Las emprendedoras consideran que estos últimos son comportamientos tradicionales que difícilmente se puedan modificar, mientras que los primeros dependen de que se brinden políticas públicas adecuadas enfocadas a las necesidades específicas de las mipymes rurales femeninas que permitan su consolidación y su crecimiento.

Los tres artículos apuntan hacia la importancia del acceso a la financiación como el elemento clave de desarrollo y éxito de las emprendedoras rurales costarricenses. Las dificultades de contar con fuentes de financiamiento asociado a la burocracia y el pago de impuestos limitan la generación de ganancias y el crecimiento que sus empresas podrían tener tras el acceso a educación especializada o la posibilidad de afiliarse a redes.

Las implicaciones de la investigación para las políticas públicas y para los tomadores de decisiones son clave para el desarrollo del emprendimiento rural en Costa Rica. Los resultados revelan cómo el crecimiento de la actividad empresarial femenina está determinado por factores como el acceso a la financiación, las barreras burocráticas, el soporte gubernamental y el capital humano. Es necesario que el apoyo a estas mujeres se aborde de una manera integral y multidisciplinar, que no se enfoque únicamente en proporcionar asesoramiento a través de capacitaciones en negocios y gestión, ya que, esta capacitación por sí sola no brinda muchos beneficios a las emprendedoras. Es esencial proporcionarles fondos, reducir el pago de tasas e impuestos, facilitar el acceso a la tecnología y simplificar el proceso de acceso al crédito y de registro de la empresa, para que ésta se mueva. De esta manera, se podría impulsar a estas empresas a crecer y mejorar su desempeño.

1.8 Proceso de investigación

El proceso de investigación que tiene como producto final esta Tesis Doctoral se inicia en el año 2016 cuando la doctoranda fue admitida en el programa de doctorado Economía y Gestión Empresarial, en la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo en la Universidad de Alcalá, España y aceptan ser sus directoras de tesis la Dra. María Jesús Such Devesa y la Dra. Patricia Gabaldón Quiñones. A raíz de ello, la Junta de Becas de la Universidad Nacional, en Costa Rica, aprueba a la doctoranda una beca para realizar sus estudios de doctorado.

A partir de este momento, en el primer semestre del curso académico 2016-2017 se realizaron las primeras actividades formativas y se aprobó el plan de investigación. Posterior a ello, se continuaron realizando actividades formativas, de búsqueda de información, trabajo de campo, análisis de la información, tutorías y participación en eventos que contribuyeran a la divulgación de los avances de la investigación. Entre ellos se destacan:

- Presentación de la ponencia “Perspectivas de la mujer emprendedora en el turismo rural” en el VI Workshop de la “Sección de Función Empresarial y Creación de Empresas” ACEDE Y XI Workshop de Investigación basada en GEM, que se llevó a cabo en la Facultad de Económicas y Empresariales, en la Universidad de Castilla-La Mancha, en Albacete, el 22 de setiembre de 2017.
- Presentación de la ponencia “Perfil de Mujeres Emprendedoras y sus Empresas Turísticas Rurales en Costa Rica”, en las VII Jornadas de Jóvenes Investigadores organizadas por el Vicerrectorado de Investigación y Transferencia, en la Universidad de Alcalá, el 12 y 13 de diciembre de 2018.
- Presentación de la ponencia “Factores de éxito en el emprendimiento femenino: el caso de las mujeres emprendedoras turísticas en entornos rurales de Costa Rica”, en las IV Jornadas de Investigación en Economía y Gestión Empresarial, organizadas por la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo, en la Universidad de Alcalá, el 28 de febrero y 1 de marzo de 2019.
- Presentación de la ponencia Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica en el I International Workshop in “Statistics and Econometric Methods Applied to Tourism” organizado por la Universidad Complutense de Madrid, el 2 y 3 de setiembre de 2019.

Capítulo II.

La Mujer Emprendedora en el Turismo Rural: Peculiaridades del Caso Costarricense a través de la Revisión Bibliográfica

Artículo aceptado para su publicación en el número 46, correspondiente al segundo semestre de 2020, en la revista Cuadernos del Turismo de la Universidad de Murcia, indexada en Scopus, Latindex (32 características cumplidas) y valorada en Scimago Journal & Country Rank (Q3 en 2019, Geography, Planning and Development).

**LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO RURAL: PECULIARIDADES
DEL CASO COSTARRICENSE A TRAVÉS DE LA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Merlyn Gutiérrez Cruz
Doctoranda, Universidad de Alcalá
María Jesús Such Devesa
Universidad de Alcalá
Patricia Gabaldón Quiñones
IE Business School

RESUMEN

Este artículo analiza el fenómeno de la mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica, enmarcándola en el contexto latinoamericano y de las emprendedoras rurales. A partir de una revisión sistemática de la literatura, se define el perfil de las empresarias, sus motivaciones y las barreras que enfrentan. Los resultados ponen de manifiesto las importantes similitudes entre las emprendedoras turísticas rurales costarricenses con el resto de las emprendedoras en Latinoamérica y el mundo. Este estudio contribuye al conocimiento de las emprendedoras dentro del marco del turismo rural, esencial para el desarrollo económico del país.

Palabras claves: mujer emprendedora, turismo rural, Latinoamérica, Costa Rica

**THE ENTREPRENEURIAL WOMAN IN RURAL TOURISM: PECULIARITIES OF
THE COSTA RICAN CASE THROUGH THE LITERATURE REVIEW**

ABSTRACT

This article analyzes the phenomenon of the entrepreneurial woman in rural tourism in Costa Rica, framed within the Latin-American context and rural entrepreneurs. Using a systematic literature review, the profile of the businesswomen gets defined through their motivations to start their businesses and the barriers they face are defined.

The results show the important similarities between Costa Rican rural tourism entrepreneurs and other entrepreneurs in Latin America and the world. This study contributes to the knowledge of these entrepreneurs within the framework of rural tourism, essential for the economic development of the country.

Keywords: entrepreneur woman, rural tourism, Latin America, Costa Rica

2.1 INTRODUCCIÓN

El número de empresas dirigidas por mujeres ha crecido exponencialmente en los últimos años (Brush *et al.*, 2009; Ruiz Navarro *et al.*, 2015), tanto en países en vías de desarrollo (Ascher, 2012; Kelley *et al.*, 2015) como en economías avanzadas (DeMartino y Barbato, 2003; Quader, 2012). El informe GEM, Reporte de Emprendimiento de Mujeres 2016/2017 reveló que, en el 2016, alrededor de 163 millones de mujeres en 74 economías del mundo, iniciaron o dirigieron nuevos negocios, de las cuales 111 millones tenían negocios establecidos. La actividad empresarial total entre las mujeres se incrementó en un 10%. (Kelley *et al.*, 2017).

Esto acrecentó el interés de los investigadores hacia el emprendimiento femenino (Zapalska, 1997; DeMartino y Barbato, 2003; Díaz Casero *et al.*, 2010; Ramadani *et al.*, 2015). Sin embargo, la información disponible para Latinoamérica es aún escasa; la mayoría de los estudios se centran en países desarrollados (Traverso Cortés *et al.*, 2014). A este limitado conocimiento sobre la participación de las mujeres en la actividad emprendedora latinoamericana (Heller, 2010; SELA, 2010), se une escasa información a nivel de país. En concreto, las investigaciones centradas en Costa Rica son pocas, a pesar de la importancia del emprendimiento femenino en el país (Adamson Badilla *et al.*, 2016).

Este artículo intenta cubrir este hueco de conocimiento y examina a la mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica, enmarcándola en el contexto latinoamericano y de las

emprendedoras rurales. Costa Rica es el primer país emprendedor en Centroamérica, sexto en Latinoamérica y número 56 a nivel mundial (Ács *et al.*, 2017). A su vez, ofrece condiciones favorables para las emprendedoras y cuenta con una alta representación femenina entre empresarios y líderes profesionales (Mastercard, 2017).

Con el fin de disponer de una perspectiva holística del fenómeno de las emprendedoras turísticas rurales, el artículo realiza una revisión sistemática de la literatura y trabajos disponibles en el campo. A través de esta revisión se pone de manifiesto la idea de que estas emprendedoras comparten muchos de los rasgos de sus iguales en otros países (mediana edad, casadas y con hijos, y operan microempresas), así como la necesidad de mejorar su calidad de vida como objetivo para crear sus empresas. Todas ellas se enfrentan a obstáculos como la estacionalidad del turismo y los roles de género tradicionales.

La investigación se estructura de la siguiente manera. Primero, se exponen los elementos característicos de la mujer emprendedora; seguidamente, se indaga el papel de las emprendedoras en el turismo. Finalmente, se establecen las características de la mujer empresaria en el turismo rural. En los diferentes apartados, la información se desagrega a tres niveles geográficos: global, Latinoamérica y el Caribe y Costa Rica.

2.2 METODOLOGÍA

Este estudio se basa en la revisión sistemática de una selección de artículos y otras fuentes secundarias. Las palabras claves utilizadas en la búsqueda fueron: mujer emprendedora, emprendimiento femenino, perfil, motivaciones, barreras, turismo, turismo rural, Latinoamérica, Costa Rica; y su equivalente en inglés. Se emplearon las bases de datos Science Direct, Scielo, Redalyc, Scopus, EBSCO, Web of Science, Emerald, Jstor y Teseo. Asimismo, se incluyeron en la revisión, artículos citados en los documentos consultados y que se consideraron importantes para la investigación.

En total se revisaron 75 estudios académicos, empíricos e informes de organismos gubernamentales y privados, con fechas entre 1993 a 2018, que abordaran el tema de la mujer emprendedora y de emprendimientos en turismo rural.

2.3 ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL MUNDO

Las mujeres contribuyen al crecimiento de los países como emprendedoras. De acuerdo con datos del Reporte GEM de Emprendimiento de Mujeres 2016/2017, la tasa de actividad emprendedora (TEA) femenina ha aumentado en un 10%, en comparación con el informe anterior. La región que tiene las expectativas de crecimiento promedio más altas entre las mujeres, con un 37%, es Oriente Medio y África del Norte (MENA) (Kelley *et al.*, 2017).

Las emprendedoras se han caracterizado por ser adaptables, por su conciencia social (Buttner, 1993) y la combinación de objetivos sociales y económicos en sus empresas (McClelland *et al.*, 2005). Los principales factores que influyen en el emprendimiento femenino son “la motivación individual, la estructura familiar, la educación, la demografía, el desempleo y los entornos sociales y económicos” (Ascher, 2012, p.110).

De acuerdo con la OCDE (2018), contrario a los hombres, para muchas mujeres, ganar más dinero no constituye la principal motivación cuando crean un negocio, algunas son impulsadas por la búsqueda de un interés o un pasatiempo, es el caso de países como Israel, Suecia, Indonesia y Hungría, entre otros.

Estudios realizados en Polonia, Sri Lanka, Australia, Arabia Saudita y Kosovo, señalan que las mujeres emprenden entre los 30 y 50 años; poseen educación superior (Zapalska, 1997; Ayadurai y Sohail, 2006; Still y Walker, 2006; Zamberi Ahmad, 2011; Ramadani *et al.*, 2015) y utilizan los ahorros personales para empezar sus empresas (Still y Walker, 2006; Zamberi Ahmad, 2011). Éstas poseen microempresas, ubicadas principalmente en el sector servicios

(Still y Walker, 2006; Zamberi Ahmad, 2011; Ramadani *et al.*, 2015) y son propietarias únicas de sus negocios (Still y Walker, 2006; Zamberi Ahmad, 2011).

No existe una motivación principal que estimule a las mujeres a emprender, pues las razones son variadas y dependen del apoyo familiar, de la actitud hacia el emprendimiento y de las percepciones sociales (Ascher, 2012). Asimismo, dependerá de la situación económica a la que se enfrenten las mujeres y de las características del ecosistema en que se desarrollen.

En los países en desarrollo, muchas mujeres que se convierten en empresarias se caracterizan por ser analfabetas y vivir en comunidades pobres, esta condición es la que las impulsa a buscar opciones para generar ingresos, que indirectamente beneficia su entorno al generar empleos (Ascher, 2012).

Según las investigaciones disponibles, en países como Polonia, Sri Lanka, Australia y Arabia Saudita, las mujeres crean sus empresas motivadas por el deseo de mejorar su calidad de vida (Ayadurai y Sohail, 2006), la búsqueda de independencia, flexibilidad, satisfacción laboral y para generar ingresos (Zapalska, 1997; Still y Walker, 2006; Zamberi Ahmad, 2011).

Asimismo, estudios sobre las empresarias de Australia, Arabia Saudita y Kosovo señalan que éstas se enfrentan a barreras comunes: dificultad para acceder a financiamiento, carencia de experiencia y capacitación, falta de confianza, excesivas regulaciones gubernamentales (Zamberi Ahmad, 2011; Ramadani *et al.*, 2015) y problemas en la etapa inicial para asesorarse y redactar un plan de negocios (Still y Walker, 2006).

2.3.1 Emprendimiento femenino en América Latina y el Caribe

América Latina es la región del mundo con los niveles de intención empresarial más altos, únicamente superada por África (Kelley *et al.*, 2015). El promedio para la actividad empresarial total femenina (edad 18 a 64) de Latinoamérica y el Caribe es de 17%. No obstante, la región

también tiene las expectativas de crecimiento femenino promedio más bajas (Kelley *et al.*, 2017).

La región presenta retos en cuanto a la mejora en las regulaciones y facilidades necesarias para hacer negocios, ya que los países latinoamericanos que ocupan las mejores posiciones entre las 190 economías del “Doing Business” son México (54), Chile (56), Puerto Rico (64) y Colombia (65). Costa Rica se ubica en la posición 67, quinto a nivel latinoamericano y primero a nivel centroamericano (Banco Mundial, 2018).

La tasa de desempleo de las mujeres en América Latina y El Caribe, en el 2016, fue de 10,9%. Belice (15,6%) es el país que presenta el mayor porcentaje, seguido de Brasil (14,78%) y Bahamas (14,5%). Costa Rica al igual que Colombia se ubican en la quinta posición con una tasa de 11,5% (CEPAL, 2017). Apoyar el emprendimiento a través de políticas y programas eficientes, contribuiría a la creación de empleos y a la reducción de la pobreza.

Las mujeres latinas se convierten en empresarias en la búsqueda de flexibilidad e independencia dada la falta de oportunidades laborales y la necesidad de llevar un sustento a sus hogares (GTZ *et al.*, 2010; Heller, 2010; SELA, 2010).

Las investigaciones existentes indican que las mujeres emprendedoras en América Latina se caracterizan por ser de mediana edad, estar casadas, tener hijos y familiares a cargo (Heller, 2010; Traverso Cortés *et al.*, 2014), tener un nivel educativo bajo, emprender por necesidad (SELA, 2010; Traverso Cortés *et al.*, 2014), poseer micro y pequeñas empresas (GTZ *et al.*, 2010; Heller, 2010; SELA, 2010; Traverso Cortés *et al.*, 2014), y operar en el sector comercio (GTZ *et al.*, 2010), manufactura (GTZ *et al.*, 2010; Traverso Cortés *et al.*, 2014) y servicios (Heller, 2010; SELA, 2010).

Las mipymes¹ femeninas de la región enfrentan obstáculos como dificultad de acceso a fuentes de financiamiento, a tecnología, a información y a redes de comercialización (GTZ *et al.*, 2010; Heller, 2010; SELA, 2010). Estas mujeres presentan carencias en su formación y experiencia empresarial (Heller, 2010), poseen escaso capital y se les dificulta conciliar su vida familiar y empresarial (SELA, 2010). Estas emprendedoras tienen un acceso limitado a la propiedad de tierra y/o sus hogares, y la falta de títulos de propiedad de activos inmuebles que sirvan de garantía, les limita el acceso a créditos (GTZ *et al.*, 2010).

La mayoría de los países latinoamericanos ofrecen instrumentos y servicios de apoyo para las empresarias en áreas como creación de empresas, acceso a financiamiento, asistencia técnica, capacitación, innovación, mejoras de gestión, internacionalización, articulación productiva y compras públicas (CAF-Banco de Desarrollo de América Latina, 2013).

2.3.2 Emprendimiento femenino en Costa Rica

Las empresarias costarricenses se caracterizan por tener entre 35 y 49 años, poseer estudios universitarios, financiar con ingresos propios, operar microempresas, pertenecer al sector servicios, iniciar con apoyo del cónyuge, padres u otros familiares y depender de las ganancias de la empresa (Brenes Bonilla y Bermúdez Mesén, 2013; Leiva Bonilla, 2013). Para fortalecerse se organizan en asociaciones, y esto les permite recibir apoyo de instituciones públicas y privadas (González Calvo y Espinoza Herrera, 2010). Un 17% de las mipymes formales costarricenses pertenecen a mujeres (Brenes Bonilla y Bermúdez Mesén, 2013).

¹ Si bien no hay un concepto único para las mipymes a nivel latinoamericano, en Costa Rica, se define como “toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica” (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2002).

En Costa Rica, la necesidad de independencia, de mejora de la calidad de vida, de apoyar económicamente a la familia, el deseo de superación, y de poseer un negocio, motiva a las mujeres para emprender (Brenes Bonilla y Bermúdez Mesén, 2013).

Como en el resto de Latinoamérica, las dificultades a las que se enfrentan son el acceso a financiamiento, la falta de un local comercial para desarrollar la actividad (González Calvo y Espinoza Herrera, 2010) y la limitada experiencia y conocimiento empresarial (Brenes Bonilla y Bermúdez Mesén, 2013).

2.4 PAPEL DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO

El turismo es un fenómeno mundial que fomenta el crecimiento económico, la reducción de la pobreza y el desarrollo comunitario. En el 2017, las llegadas de turistas internacionales en el mundo fueron de 1326 millones de personas y los ingresos generados equivalen a USD1340 billones, esto representa un crecimiento anual del 7% y 5% respectivamente. Las regiones que presentaron el mayor crecimiento en llegadas fueron África (8,6%) y Europa (8,4%) (OMT, 2018). En 2017, la contribución total del sector fue de USD8272,3 billones (10,4% del PIB mundial) y generó un 9,9% del empleo total (313 millones de empleos directos, indirectos e inducidos) (World Travel & Tourism Council, 2018a).

En las Américas, la región que creció más fue América del Sur (8,3%), seguida de América Central (4,7%). Argentina, Brasil y Chile son los países de Sudamérica que lideraron las llegadas de turistas. En Centroamérica fueron Costa Rica, Panamá y Nicaragua. Mientras que, en el Caribe, destacan República Dominicana y Puerto Rico. México se encuentra sexto dentro del listado de principales destinos de llegadas turísticas internacionales. (OMT, 2018). El aporte total del turismo al PIB Mundial, en las Américas, fue de USD2199,5bn (8,3% del PIB) y generó 9,4% del total de empleos (42 millones de empleos), en 2017 (World Travel & Tourism Council, 2018b). Por su parte, la contribución total al PIB en Costa Rica fue de

USD7514,7 millones y creó 12,5% del total de empleos (254500 trabajos) (World Travel & Tourism Council, 2018c).

Según el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2017, México (22), Brasil (27), Panamá (35), Costa Rica (38), Chile (48), Argentina (50) y Perú (51) destacan como los países latinoamericanos con los mejores puestos en el ranking mundial. Sus principales retos son la mejora en la seguridad y protección, crear entornos más propicios para las empresas y desarrollar su infraestructura para mejorar la conectividad (Foro Económico Mundial, 2017).

La hostelería y el turismo en general, es una de las vías que permiten promover el empoderamiento de las mujeres, al establecer negocios con los que aprovechan las habilidades que poseen. Esto les permite sentirse más seguras, ejercer su autonomía, ser económicamente independientes, disponer de un estatus más elevado, ganarse el respeto de la comunidad, y tener representación en grupos comunitarios (OMT y ONU Mujeres, 2013).

Investigaciones realizadas en Uganda, Bali (Indonesia), KwaZulu-Natal (Sudáfrica) y Maldivas, señalan que las mujeres emprendedoras en turismo tienen entre 31 y 35 años, están casadas, con hijos, poseen niveles educativos de secundaria y universidad (Katongole *et al.*, 2013; Tshabalala y Ezeuduji, 2016; Tajeddini *et al.*, 2017), tienen entre 3 y 19 empleados, consultan a su familia para tomar las decisiones (Tajeddini *et al.*, 2017) y utilizaron ahorros personales para iniciar la actividad (Tshabalala y Ezeuduji, 2016). Las motivaciones que impulsan a emprender a estas mujeres son tanto la necesidad como la oportunidad, así como la flexibilidad para combinar trabajo y familia (Alm y Johansson, 2011; Tajeddini *et al.*, 2017), obtener respeto de parte de sus parejas y de la comunidad, mejorar su autoestima, tener mayor confianza, y conseguir prestigio al apoyar en los gastos del hogar (OMT y ONU Mujeres, 2013; Tajeddini *et al.*, 2017).

Las emprendedoras turísticas de Maldivas, KwaZulu-Natal (Sudáfrica) y Bali (Indonesia), se enfrentan a similares problemas que el resto de las emprendedoras, como la falta de capital financiero, el desconocimiento sobre fuentes de financiación (Alm y Johansson, 2011; OMT y ONU Mujeres, 2013; Tshabalala y Ezeuduji, 2016; Tajeddini *et al.*, 2017), y otros específicos como la inexperiencia para establecer redes comerciales y atraer turistas, la venta de artesanías a precios bajos (Tshabalala y Ezeuduji, 2016), la incapacidad de satisfacer, en volumen y en calidad, la demanda de productos de los complejos turísticos (Alm y Johansson, 2011) y la dificultad para conciliar familia y trabajo por no contar con el apoyo de su pareja (Tajeddini *et al.*, 2017).

Un elemento peculiar del sector turístico es que estas mujeres empresarias se encuentran organizadas a través de cooperativas, sindicatos o asociaciones, lo que facilita el intercambio de conocimientos, la capacitación, la comunicación, mejora su presencia en el mercado y favorece el apoyo de organizaciones no gubernamentales (ONGs) (Alm y Johansson, 2011; OMT y ONU Mujeres, 2013; Tshabalala y Ezeuduji, 2016; OMT y Huzhou City, 2017).

Dentro de las ventajas que tiene el turismo para las mujeres están su facilidad para ingresar en el mercado de trabajo, la oportunidad de establecer negocios en los propios hogares, el poder trabajar a tiempo parcial o por turnos y las mejoras a la infraestructura para las comunidades donde se desarrolla (OMT y ONU Mujeres, 2013).

2.4.1 Emprendedoras turísticas en Latinoamérica y el Caribe

Según la OMT y ONU Mujeres (2013), “América Latina es la región con la proporción más alta de trabajadoras por cuenta propia en el sector de hoteles y restaurantes. En la mayoría de los países centroamericanos la cantidad de mujeres que trabajan por cuenta propia en el sector de hoteles y restaurantes es el doble que en otros sectores” (op. cit. p.42).

Las emprendedoras turísticas latinoamericanas comparten características con las del resto del mundo. Según estudios en Huatulco (México), Brasil y Ecuador, éstas se caracterizan por tener entre 34 a 49 años, estar casadas, tener hijos, poseer educación superior, desempeñarse en actividades de hostelería y agencias de viajes (Fernández Aldecua y Martínez Barón, 2010; Costa *et al.*, 2015; Sarango Lalangui *et al.*, 2016), ser propietarias de empresas pequeñas (Ferguson, 2010), poseer de 1 a 13 empleados, utilizar sus ahorros para iniciar (Fernández Aldecua y Martínez Barón, 2010) recibir capacitación en temas turísticos y unirse en asociaciones o cooperativas para fortalecerse y comercializar sus productos (Costa *et al.*, 2015).

En la misma línea, su motivación para emprender es el deseo de poseer su propio negocio y obtener independencia (Ferguson, 2010), búsqueda de satisfacción personal y profesional, equilibrar trabajo y familia (Fernández Aldecua y Martínez Barón, 2010; Costa *et al.*, 2016) y la necesidad (Fernández Aldecua y Martínez Barón, 2010; Sarango Lalangui *et al.*, 2016). De nuevo, estas mujeres emprendedoras se enfrentan a obstáculos como la ausencia de títulos de propiedad -las empresas están a nombre de sus parejas- (Ferguson, 2010), miedo al fracaso (Costa *et al.*, 2016; Sarango Lalangui *et al.*, 2016), falta de confianza, operan en la informalidad por lo complicado y costoso de los trámites y leyes laborales (Ferguson, 2010; Costa *et al.*, 2016), falta de capacitación y dificultad para acceder a financiación, crear redes comerciales o conciliar trabajo y familia (Costa *et al.*, 2016).

2.4.2 Emprendedoras turísticas en Costa Rica

En Costa Rica, el turismo es una de las principales actividades generadoras de divisas. Desde los años 80, el país enfocó su desarrollo turístico en el ecoturismo y ha evolucionado hacia un modelo de gestión sostenible, posicionándolo como destino líder a nivel regional y mundial (ICT, 2015). Se ha promovido el diseño de productos turísticos únicos que combinen

experiencias naturales y culturales, buscando la distribución equitativa de los beneficios y la participación activa de las comunidades locales donde se ubican los atractivos (ICT, 2015).

En el año 2016, la actividad turística costarricense generó 83768 empleos directos femeninos y 59533 por servicios conexos, sumados representan un 5,5% del empleo total del país. De estos, un 20,4% equivalen a trabajadoras por cuenta propia (BCCR, 2018).

A pesar de la importancia del fenómeno del emprendimiento femenino en el turismo, existe escasa información de las características de las emprendedoras turísticas costarricenses. Bonilla Moya (2002) señala que se caracterizan por tener una edad promedio de 37 años, poseer educación primaria completa, estar casadas, tener hijos, trabajar en granjas o como amas de casa, y depender económicamente de su padre o esposo. La principal motivación para emprender es la búsqueda de independencia económica.

Como novedad, en este caso, la motivación para la creación de empresas y empoderamiento en el sector turístico es percibido no solo como generador de ingresos, sino también como una forma de entretenimiento, porque se reúnen con otras artesanas para trabajar y capacitarse, lo que les da autonomía, reconocimiento y al mismo tiempo les permite mejorar sus vidas (Bonilla Moya, 2002). Los ingresos obtenidos les ha permitido diversificar sus actividades de ocio, además de darles más confianza para tomar decisiones personales y del hogar (Bonilla Moya, 2002.; Ferguson, 2010).

Igual que en otros sectores, los principales problemas a los que se enfrentan es la falta de confianza al iniciar, la informalidad y la carencia de títulos de propiedad (Ferguson, 2010).

2.5 MUJER EMPRENDEDORA EN EL TURISMO RURAL

El empoderamiento de las mujeres y el fin de la pobreza, son objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. A través del fomento de un turismo sostenible en el medio rural, entendido como el aprovechamiento respetuoso de los recursos naturales, culturales y sociales

de una comunidad, al tiempo que se generan beneficios económicos (Saarinen, 2006), puede contribuir a dinamizar las economías locales y a alcanzar estas metas.

El turismo rural nace como una actividad económica complementaria a las tradicionales (Garin Contreras, 2015); que se práctica en espacios rurales, impulsa el desarrollo socioeconómico, cultural y ambiental de las comunidades, y genera empleo para jóvenes, mujeres y adultos mayores (Pérez, 2010; Talón-Ballestero *et al.*, 2014).

Es un segmento de mercado en desarrollo y con gran potencial. Este sector capta un 3% de todos los turistas internacionales y su tasa de crecimiento anual es de aproximadamente un 6% (OMT, 2002). Este incremento de la demanda ha incentivado la participación femenina en iniciativas rurales.

Las mujeres emprendedoras en Placencia (Belice), Monteverde (Costa Rica) Copán (Guatemala) Cuandixia (China), Perú y Suecia se benefician del turismo rural por la generación de empleos, mejora del nivel de vida de las familias, integración de la comunidad, conservación de la cultura, aumento de la autoestima (Ling *et al.*, 2013; Ypeij, 2013), reactivación de la economía local (Ling *et al.*, 2013; Pettersson y Heldt Cassel, 2014) e independencia económica (Ferguson, 2010; Ypeij, 2013; Pettersson y Heldt Cassel, 2014).

Estudios empíricos en España, Virginia (EE. UU) Suecia y Grecia, determinaron que las mujeres emprendedoras dedicadas al turismo rural son mayores de 36 años, están casadas, tienen hijos (Morales Hernández *et al.*, 2016; Koutsou *et al.*, 2009; Talón-Ballestero *et al.*, 2014), utilizan financiación ajena o fondos propios (Talón-Ballestero *et al.*, 2014); realizaron estudios medios y superiores (Koutsou *et al.*, 2009; Flores y De la O Barroso, 2011). Estas mujeres dependen únicamente de los ingresos procedentes de su emprendimiento, y aunque son microempresas (McGehee *et al.*, 2007; Koutsou *et al.*, 2009; Flores y De la O Barroso, 2011; Talón-Ballestero *et al.*, 2014), se capacitaron en temas turísticos y de servicio al cliente

(Flores y De la O Barroso, 2011), ya que en su mayoría antes de emprender no estaban relacionadas con el sector agrícola (Pettersson y Heldt Cassel, 2014).

Estas mujeres emprenden ante la necesidad de poseer un negocio propio (Flores y De la O Barroso, 2011), buscar independencia (McGehee *et al.*, 2007; Flores y De la O Barroso, 2011), combinar trabajo con cuidado de sus hijos y cambiar sus vidas, pero también desarrollar ideas y mantener el paisaje rural (Pettersson y Heldt Cassel, 2014).

Los emprendimientos rurales femeninos se enfrentan a obstáculos específicos de esta actividad como la estacionalidad (Morales Hernández *et al.*, 2016.; Ferguson, 2010; Pettersson y Heldt Cassel, 2014). A pesar de las dificultades, las mujeres emprendedoras disfrutaban de las actividades que desempeñan en el turismo rural (Ling *et al.*, 2013). En ocasiones, las empresarias constituyen sus negocios en cooperativas, lo que les permite colaborar y fortalecerse (Flores y De la O Barroso, 2011; OMT y ONU Mujeres, 2013).

2.5.1 Emprendedoras turísticas rurales en Latinoamérica y el Caribe

En los últimos veinte años, el empoderamiento de las mujeres en América Latina ha aumentado (ONU Mujeres, 2017). No obstante, aún existen desigualdades, en especial, en las áreas rurales, que son las más afectadas por la pobreza. Datos de la CEPAL (2018), estiman que, en la región, la pobreza rural y la pobreza extrema rural femeninas alcanzaron un 43,5% y un 24,9%, en 2014. Porcentajes bastante altos comparados con zonas urbanas donde las tasas de pobreza y pobreza extrema fueron de 28,9% y 10,9% respectivamente.

De acuerdo con la información expuesta en la tabla 1, Uruguay es el país que presenta las estadísticas más favorables para la mujer rural. Tiene las tasas más bajas de pobreza extrema rural, pobreza rural y mujeres sin ingresos propios. Y muestra un porcentaje alto de población femenina económicamente activa y de empleadoras. En el extremo opuesto está Guatemala, que presenta los datos más desfavorables. En el caso de Costa Rica, a pesar de estar entre los

países de la región con menores tasas de pobreza rural y pobreza extrema rural; la participación económica de la mujer rural en edad productiva es baja y tiene un alto porcentaje de mujeres sin ingresos propios. Por otra parte, se puede observar que la proporción de trabajadoras por cuenta propia es mayor que la de empleadoras. Los países que destacan con alto porcentaje de empleadoras son México, Uruguay y Costa Rica; y de trabajadoras por cuenta propia son Paraguay, Colombia y Brasil.

TABLA 1
MUJERES RURALES EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

País	Pobreza extrema rural	Pobreza rural	PEA (más de 15 años)	Sin ingresos propios (más de 15 años)	Empleadoras	Cuenta propia
Brasil	11,7	29,5	55,0	27,8	0,8	47,9
Colombia	19,2	43,2	44,2	35,2	2,0	51,3
Costa Rica	11,4	22,7	35,8	46,4	2,7	20,3
Ecuador	11,3	27,6	51,6	37,0	1,4	37,6
El Salvador	17,5	49,3	35,2	50,7	2,3	41,3
Guatemala	58,3	77,1	32,0	59,2	0,7	37,2
México	23,0	45,1	43,8	27,0	10,3	24,8
Panamá	28,6	41,5	42,8	34,2	1,0	35,9
Paraguay	32,3	51,7	50,6	38,7	2,5	54,2
Perú	14,6	46,9	72,2	28,7	1,8	38,8
República Dominicana	25,4	47,5	34,0	33,6	1,0	32,0
Uruguay	1,1	2,5	54,2	18,2	6,1	29,0

Fuente: CEPAL, 2018. Comisión Económica para América Latina y el Caribe: Sobre la base de encuestas de hogares de los países. Banco de Datos de Encuestas de Hogares (BADEHOG).

Es necesario que, los gobiernos garanticen la efectividad de las políticas públicas de apoyo al emprendimiento femenino que contribuyan a disminuir la pobreza y diversificar la actividad no agrícola en las zonas rurales, a través de la formación, la capacitación y el empleo para las mujeres, para mejorar la situación actual de las mujeres latinas.

Una opción viable es el turismo rural sostenible, que genera aportes significativos a las economías rurales en Latinoamérica por su capacidad de crear oportunidades de negocio a sus pobladores (Picón Cruz y Hernández Ulate, 2014) a partir de sus actividades productivas

diarias, preservando la cultura y el entorno natural. En especial se brinda la posibilidad de desarrollo laboral para mujeres y jóvenes quienes se convierten en emprendedores (OMT, 2003).

Según la OMT (2003), la heterogeneidad que presentan las áreas rurales en Latinoamérica, más que competir les permite complementarse para ofrecer variedad de productos que reflejan sus estilos de vida, que va desde pueblos indígenas en México, hasta poblaciones descendientes de europeos en Uruguay y Argentina. A continuación, se presenta una tabla comparativa de la situación del turismo rural en algunos países latinoamericanos (tabla 2).

TABLA 2
SITUACIÓN DEL TURISMO RURAL EN PAÍSES LATINOAMERICANOS

País	Origen	Cantidad de negocios	Tamaño negocios	Actividad más representativa	Forma de comercializar	Áreas de apoyo sector público
Argentina	1973	870	Todos los tamaños	Vinculadas al caballo y la gastronomía	Propietarios, agencias de viajes y asociaciones	Promoción del producto Programas específicos Capacitación
Brasil	1986	350	Mayoría medianos y grandes	Haciendas (son las menos, pero las más buscadas)	Propietarios	Financiamiento Apoyo para la actividad a través de Agencias de desarrollo
Chile	1995	450	Mayoría pequeños	Labores de campo o agropecuarias y gastronomía típica	Asociaciones y propietarios con apoyo del gobierno	Promoción del producto Programas específicos Capacitación Financiamiento Subsidio a inversiones en zonas con potencial

País	Origen	Cantidad de negocios	Tamaño negocios	Actividad más representativa	Forma de comercializar	Áreas de apoyo sector público
Costa Rica	1990	70 (afiliados a COOPRENA y ACTUAR)	Pequeños y medianos	Gastronomía típica, observación de aves, senderos naturales, pesca, cabalgatas y visita a fincas agrarias	Tour operadores y agencias de viajes, operadores especializados en TR (COOPRENA y ACTUAR)	Promoción del producto Programas específicos Capacitación
México	1988	200	Haciendas tienen cascos grandes y ranchos grandes	Convivencia con la comunidad y atractivos naturales	Propietarios, web, asociaciones y agencias de viajes	Promoción del producto Programas específicos Capacitación Financiamiento
Nicaragua	1970	SD	Pequeños y medianos	Parques Naturales	Propietarios, web y agencias de viajes	Promoción del producto Programas específicos Capacitación Financiamiento
Panamá	1970	180	Mayoría medianos	Folclore	Propietarios, agencias de viajes y asociaciones	Promoción del producto Programas específicos Capacitación
Paraguay	1997	25	Mayoría medianos	Tareas Rurales (ordeño, marcación, etc.)	Propietarios y central de reservas de asociación	Promoción del producto Capacitación
República Dominicana	1997	110	Mayoría pequeños y medianos	Sin datos	Propietarios, agencias de viajes y asociaciones	Promoción del producto Programas específicos Capacitación
Uruguay	1980	100	Todos los tamaños	Cabalgatas y gastronomía típica	Propietarios, asociaciones, Central de reservas y agencias de viajes	Promoción del producto Programas específicos Capacitación

Fuente: Elaborado a partir de OMT, 2003; Chavarría, 2009.

A partir de los años 70, surgen iniciativas de turismo rural en Nicaragua, Panamá y Argentina. Posteriormente, en los ochenta y noventa, se van sumando otros países a la oferta turística rural latinoamericana. Argentina, Chile y Brasil reportaron la mayor cantidad de

establecimientos dedicados a esta actividad. Principalmente, se tratan de emprendimientos medianos o pequeños. Las actividades ofertadas son variables, cada comunidad ofrece experiencias auténticas y únicas que van desde cabalgatas, gastronomía, folclore, atractivos naturales, visita a haciendas, hasta la realización de tareas propias del medio rural. Los propietarios, las agencias de viajes o tour operadoras y las asociaciones son los encargados de la comercialización del producto. La mayoría de los países reciben apoyo gubernamental en áreas como promoción, programas específicos y capacitación. Únicamente Brasil, Chile, México y Panamá son apoyados por el sector público con financiamiento (tabla 2).

Las mujeres rurales inician su actividad emprendedora como solución a intentar combinar el cuidado de la familia con el trabajo (Pérez Galán, n.d.), complementar los ingresos del hogar (Pérez Galán, n.d.; Knight y Cottrell, 2016), mejorar su calidad de vida, pagar la educación a sus hijos (Knight y Cottrell, 2016), así como buscar el crecimiento personal y profesional (Ypeij, 2013).

Estas emprendedoras se caracterizan por estar casadas, con hijos, tener entre 22 y 45 años, poseer baja escolaridad y combinar labores domésticas con la atención de los turistas (Morales Hernández *et al.*, n.d.; Pérez Galán, n.d.).

Según investigaciones en países latinoamericanos como Chiloé (Chile) y Perú, las emprendedoras rurales también se enfrentan a la estacionalidad, la asignación de roles tradicionales de género (Morales Hernández *et al.*, 2016; Pérez Galán, n.d.) y la explotación por parte de las empresas tour operadoras (Pérez Galán, n.d.). Sin embargo, las emprendedoras se agrupan y participan en proyectos de turismo rural comunitario que son desarrollados y/o apoyados por agencias de viajes, tour operadores y ONGs que actúan como comercializadores del producto turístico (Pérez Galán, n.d.; Ypeij, 2013; Knight y Cottrell, 2016).

Esta actividad económica, en continuo contacto con turistas permite a las mujeres mejorar su autoestima (Pérez Galán, n.d.; Knight y Cottrell, 2016), ser más felices y obtener el respeto de sus parejas (Knight y Cottrell, 2016). A través de estas actividades, las mujeres contribuyen al rescate de su identidad étnica, sus costumbres y tradiciones (Ypeij, 2013) y algunas se han convertido en líderes comunales que ayudan a otras a iniciar sus empresas (Ypeij, 2013; Beltrán Bravo, 2014).

2.5.2 Emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica

En el plan nacional de turismo sostenible de Costa Rica se incluye el turismo rural como un nuevo producto turístico a potenciar para complementar los existentes (ICT, 2010). La oferta de turismo rural se encuentra estructurada en grupos organizados en asociaciones o cooperativas que pertenecen a redes de apoyo como son el Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional (COOPRENA) y la Asociación Comunitaria Conservacionista de Turismo Alternativo y Rural (ACTUAR); en empresas desarrolladas en grandes fincas, que buscan diversificar la actividad agrícola mediante el agroturismo; y en empresas lideradas por pequeños productores o campesinos, que diversifican su actividad principal mediante proyectos turísticos, en algunos casos familiares (Morera, 2006; Chavarría, 2009).

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), ente rector de la actividad turística del país, clasifica las actividades de turismo rural que obtienen declaratoria turística en posadas de turismo rural y rural comunitario, agencias de viajes receptoras especializadas en ofertas rurales, fincas de actividades temáticas y servicios de alimentos y bebidas criollas o tradicionales (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2009).

El elemento distintivo entre las empresas de turismo rural y de turismo rural comunitario es que, en estas últimas la población local participa a través de organizaciones de base,

asociaciones o cooperativas, que son las que gestionan la actividad turística (Calderón Fallas, 2017).

De acuerdo con Hernández (2016), las mujeres emprendedoras turísticas rurales costarricenses se caracterizan por tener educación formal limitada, muy pocas completaron o han cursado estudios de secundaria o universitarios.

Éstas inician sus actividades de turismo rural buscando tomar riesgos, aprender (Hernández, 2016), fortalecer su autoestima (Cardín Pedrosa y Álvarez López, 2012), realizar actividades diferentes a las tareas domésticas (Calderón Fallas, 2017), buscar nuevas fuentes de ingresos (Nel-Lo Andreu, 2008; Calderón Fallas, 2017), diversificar las actividades productivas y preservar la cultura (Nel-Lo Andreu, 2008). Igualmente se enfrentan a limitaciones como la falta de apoyo familiar (González Calvo y Espinoza Herrera, 2010; Hernández, 2016), la estacionalidad del turismo (Ferguson, 2010), la carencia de título de propiedad (Beltrán Bravo, 2014), el difícil acceso a financiamiento (González Calvo y Espinoza Herrera, 2010), la baja autoestima y la dificultad para equilibrar trabajo y familia, lo que va asociado a otra barrera que son los roles de género tradicionales (Hernández, 2016).

A pesar de los altibajos que sufren, actualmente las emprendedoras sirven de ejemplo para que otras mujeres comiencen sus propios negocios y se capaciten (Hernández, 2016; Calderón Fallas, 2017). Su participación como empresarias les ha permitido generar nuevas fuentes de empleo e ingresos en la comunidad (Calderón Fallas, 2017). Además, promueven la preservación y promoción de los recursos naturales y la difusión de la cultura (Hernández, 2016; Calderón Fallas, 2017).

Las mujeres se unen a través de cooperativas o asociaciones para ofrecer paquetes turísticos, lo que, les permite mejorar su competitividad (Calderón Fallas, 2017). Cuentan con el respaldo de redes y plataformas externas que les ayudan con fondos no reembolsables, les

brindan asesorías para ejecutar sus proyectos y contribuyen a la venta y comercialización del producto turístico que ofrecen (Nel-Lo Andreu, 2008; Calderón Fallas, 2017).

2.6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La participación de la mujer empresaria ha aumentado en los últimos años a nivel mundial, lo que promueve la dinamización de la economía de los países y el aumento de ingresos en las comunidades. El sector servicios, y en especial el turístico, es el que brinda mayores oportunidades para que las mujeres puedan desarrollar sus negocios ya que actualmente, el turismo es un importante generador de divisas y de empleos tanto directos como indirectos e inducidos. Es el caso del turismo rural, que ha surgido como una opción para poblaciones marginadas, entre ellas las mujeres, que viven en espacios rurales y desean diversificar sus actividades productivas o iniciar una empresa.

El turismo en Latinoamérica y el Caribe sigue creciendo. En 2017, Argentina, Brasil y Chile lideraron las estadísticas de llegadas de turistas en América del Sur, mientras que en Centroamérica fueron Costa Rica y Panamá, y en el Caribe, República Dominicana y Puerto Rico. México destacó dentro de los diez principales destinos de llegadas turísticas internacionales. Asimismo, estos países están en los mejores puestos en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2017. Y las principales cinco economías latinoamericanas que ofrecen facilidad para hacer negocios, según el reporte “Doing Business”, son México, Chile, Puerto Rico, Colombia y Costa Rica.

A pesar de las estadísticas favorables, la región debe mejorar en seguridad, protección, infraestructura, regulaciones y facilidades para hacer negocios. Otro aspecto que requiere la atención es la generación de empleo; ya que, a pesar de que Brasil y Costa Rica presentan datos positivos de ingreso de turistas, también ostentan las tasas de desempleo más altas de las

mujeres y una alta proporción de población femenina en situación de pobreza y pobreza extrema en zonas rurales en América Latina y El Caribe.

TABLA 3
COMPARACIÓN DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

	Emprendedoras en el resto del mundo	Emprendedoras en Latinoamérica	Emprendedoras en Costa Rica
Características	Entre 30 y 50 años. Educación universitaria Utilizan ahorros personales. Propietarias únicas. Microempresas. Menos de 10 empleados. Sector servicios.	Mediana edad. Nivel educativo bajo. Apoyo económico de padres. Micro y pequeñas empresas. Sector comercio, servicios y manufacturero.	Entre 35 y 49 años. Estudios universitarios. Financian con ingresos propios. Inician empresa con otras personas (cónyuge, padres u otros familiares). Microempresas. Sector servicios.
Motivaciones	Mejorar calidad de vida. Deseo de independencia y flexibilidad. Generar ingresos. Necesidad de satisfacción laboral.	Mejorar calidad de vida. Búsqueda de flexibilidad e independencia. Necesidad de llevar sustento a hogares. Falta de oportunidades en mercado laboral.	Mejorar calidad de vida. Necesidad de independencia. Apoyar económicamente a familia. Deseos de superación y de emprender negocio.
Barreras	Acceso a financiamiento. Carencia de experiencia y capacitación. Desconocimiento para redactar plan de negocios. Falta de confianza. Excesivas regulaciones gubernamentales.	Acceso a financiamiento, tecnología, información y a redes de comercialización. Carencias en formación y experiencia empresarial. Excesiva tramitología. Altos costos para iniciar negocio. Posee capital limitado. Dificultades en conciliar familia y empresa. No poseen título de propiedad de activos inmuebles o poseen uno de bajo valor.	Acceso a financiamiento. Poca experiencia y conocimiento empresarial. Falta de local comercial.

La revisión de la literatura muestra que existen más coincidencias que diferencias en el perfil, motivaciones y barreras que enfrentan las mujeres emprendedoras dedicadas a cualquier

tipo de negocio, al emprendimiento turístico y al turismo rural, tanto a nivel mundial, latinoamericano y costarricense.

De acuerdo con la información presentada en la tabla 3 se concluye que, existen similitudes en la edad, tamaño de la empresa y sector económico en el que se desempeñan las emprendedoras de Latinoamérica, Costa Rica y el resto del mundo.

Estas emprendedoras se encuentran en un rango de edad entre 30 y 50 años, poseen microempresas y operan en el sector servicios. No obstante, se aprecian diferencias en cuanto a educación y forma de financiamiento de las empresarias latinoamericanas con respecto a las de Costa Rica y el resto del mundo, ya que las primeras poseen nivel educativo bajo y requirieron apoyo económico de los padres para iniciar, comparado con la posesión de estudios universitarios y la utilización de recursos propios para empezar la empresa de las últimas. Esto se puede atribuir a que tanto en Costa Rica como en países del resto del mundo se ofrecen condiciones propicias para estimular a las emprendedoras, mientras que en Latinoamérica las mujeres enfrentan menores oportunidades económicas, poseen un capital limitado y se requiere mayor apoyo gubernamental.

Las mujeres de las tres áreas geográficas analizadas comparten las mismas razones para emprender como son desear ser independientes, generar ingresos y mejorar su calidad de vida. Igualmente, las barreras que enfrentan estas emprendedoras son semejantes, ya que todas tienen dificultades para conseguir financiamiento y carecen de experiencia y capacitación en gestión empresarial. La burocracia se plantea como un obstáculo al emprendimiento también, aunque afecta tanto a hombres como a mujeres emprendedoras.

TABLA 4
COMPARACIÓN DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS EN TURISMO

	Emprendedoras turísticas en el resto del mundo	Emprendedoras turísticas en Latinoamérica	Emprendedoras turísticas en Costa Rica
Características	De 31 a 35 años. Casadas. Con hijos. 3 y 19 empleados. Educación secundaria y universitaria. Utilizaron ahorros personales. Consultan a familia para tomar decisiones.	Entre 34 a 49 años. Casadas. Tienen hijos. 1 a 13 empleados. Educación superior. Utilizó sus ahorros. Actividades: hostelería y agencias de viajes. Recibieron capacitación en turismo. Empresas pequeñas.	Promedio 37 años. Casadas. Tienen hijos. Educación primaria completa. Dependen económicamente del padre o esposo.
Motivaciones	Necesidad y oportunidad. Flexibilidad para combinar trabajo y familia. Mejorar autoestima. Tener mayor confianza. Obtener respeto de pareja y comunidad.	Necesidad. Equilibrar trabajo y familia. Poseer sus propios negocios. Búsqueda de satisfacción personal y profesional. Obtener independencia.	Razones económicas. Forma de entretenimiento. Búsqueda de autonomía.
Barreras	Falta de capital financiero. Pertencen al sector informal. Inexperiencia para establecer redes comerciales. Asumir las tareas del hogar. Carencia de habilidades en turismo. Desconocimiento para obtener financiación. Venta de artesanías a precios bajos. Relaciones de poder. Incapacidad de satisfacer, en capacidad y en calidad, demanda de productos para complejos turísticos. No apoyo de la pareja.	Acceso a financiación. Operan en la informalidad. Dificultad para creación de redes, para conciliar trabajo y familia. Falta de capacitación. Miedo al fracaso. Falta de confianza para iniciar. Títulos de propiedad a nombre de la pareja o miembro de la familia del hombre.	Falta de confianza. Títulos de propiedad a nombre de pareja o miembro de familia del hombre. Operan en la informalidad.

Las empresarias turísticas poseen en general un mayor nivel educativo en Latinoamérica (ver Tabla 4), incluso, según los artículos revisados, recibieron capacitación en temas turísticos, mientras para Costa Rica poseen primaria. Tanto en el resto del mundo como en Latinoamérica,

las mujeres poseen micro o pequeñas empresas, con menos de 19 empleados y usaron sus ahorros para iniciar el negocio.

Las razones por las que las mujeres emprendedoras en turismo deciden iniciar una empresa, son la necesidad, es decir, motivos económicos, así como la búsqueda de autonomía e independencia y la satisfacción personal. Tanto a escala global como en Latinoamérica, destaca la búsqueda de flexibilidad para combinar trabajo y familia. Las emprendedoras turísticas costarricenses fueron las únicas que señalaron que no consideran el emprendimiento como una obligación, lo ven como una forma de entretenimiento que les brinda autonomía, reconocimiento y les permite mejorar su calidad de vida. Esto se debe a que se reúnen para trabajar en sus artesanías con otras emprendedoras, convirtiendo las horas de trabajo en una alternativa de ocio, al tiempo que se fortalecen rompiendo las estructuras tradicionales del patriarcado.

Las emprendedoras turísticas en Centroamérica (tanto costarricenses como una parte de latinoamericanas), se caracterizan por la falta de confianza al iniciar sus empresas y la carencia de títulos de propiedad para la búsqueda de financiación. Por lo que se refiere a la mujer emprendedora turística rural, la información relativa a Latinoamérica y Costa Rica es escasa, por lo que se dificulta efectuar una comparación (ver Tabla 5). La única confrontación que se puede realizar de las características entre las empresarias en ambas regiones es que poseen baja escolaridad. Esto puede deberse a las condiciones de pobreza en las zonas rurales y la falta de oportunidades.

TABLA 5
COMPARACIÓN DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS EN TURISMO RURAL

	Emprendedoras turísticas rurales en el resto del mundo	Emprendedoras turísticas rurales en Latinoamérica	Emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica
Características	Mayor de 36 años. Casadas. Con hijos. Estudios medios y superiores. Usa financiación ajena o fondos propios. Dependen de ingresos del emprendimiento. Capacitación en turismo y servicio al cliente. Microempresas. Menos de 5 empleados. Empleo no agrícola antes de ser empresarias.	Entre 22 y 45 años. Casadas. Con hijos. Baja escolaridad. Combinan labores domésticas con atención de turistas.	Educación formal limitada.
Motivaciones	Combinar trabajo con cuidado de hijos. Complementar ingresos. Independencia. Cambiar sus vidas. Desarrollar ideas. Poseer negocio propio. Mantener la granja. Conservar paisaje rural. Trabajo menos solitario.	Combinar cuidado de familia con trabajo. Complementar ingresos. Crecimiento personal y profesional. Mejorar calidad de vida. Pagar educación de hijos.	Nuevas fuentes de ingresos. Fortalecer autoestima. Aprender y tomar riesgos. Realizar actividades diferentes a las domésticas. Diversificar actividades productivas. Preservar la cultura.
Barreras	Estacionalidad del turismo. Estereotipo del rol de la mujer tradicional. Exclusión social. Poco apoyo familiar. Falta de confianza antes de iniciar. Altos costos para emprender. Tamaño pequeño de las empresas. Ausencia de experiencia empresarial.	Estacionalidad de la actividad. Roles tradicionales de género. Infravaloración del trabajo femenino. Explotación por empresas tour operadoras.	Estacionalidad del turismo. Roles de género tradicionales. Falta de apoyo familiar. Baja autoestima. Acceso a financiamiento. Equilibrio trabajo y familia. Carencia de título de propiedad.

Las empresarias turísticas rurales a distintas escalas coinciden en estar casadas y tener hijos. Como las actividades turísticas en los países desarrollados son diferentes a las realizadas en los países en vías de desarrollo, las emprendedoras turísticas rurales en Latinoamérica presentan niveles educativos inferiores. Todas ellas, incluidas las costarricenses están motivadas por la

necesidad de tener nuevas fuentes de ingresos y la búsqueda de crecimiento personal y profesional que les permita mejorar su calidad de vida.

Todas las emprendedoras turísticas rurales se enfrentan al obstáculo de la estacionalidad del turismo, y, por tanto, viven en un marco de inestabilidad económica. A las empresarias se les continúan asignando los roles de género tradicionales como cocinar y limpiar, lo que implica que estas emprendedoras se enfrentan habitualmente a barreras como la falta de apoyo familiar y falta de confianza.

Se debe agregar que existe una contrariedad en cuanto a que las mujeres emprendedoras en el turismo rural costarricenses señalan la dificultad para equilibrar trabajo y familia como una barrera mientras que Latinoamérica y el resto del mundo, lo incluyen como una motivación. Esta dificultad procede de la falta de apoyo de sus parejas, con mentalidad machista, y consideran que ellas deben encargarse del cuidado de los niños y de las tareas del hogar.

2.7 CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

El análisis de la literatura e investigaciones sobre emprendedoras en el sector turístico rural en Costa Rica, a partir de la amplia revisión de la literatura en el tema, pone de manifiesto algunas conclusiones muy relevantes tanto para las emprendedoras como para los organismos encargados de su promoción.

Costa Rica se ha posicionado a nivel mundial con una imagen de destino turístico sostenible y a diferencia del resto de países centroamericanos, con excepción de Panamá, destaca por su competitividad turística y por brindar facilidad para hacer negocios.

A pesar de que el desarrollo del turismo rural en Costa Rica es menor con respecto a países como Argentina, Chile, Brasil o México; en el país se ha reconocido su importancia como un producto turístico que complementa los existentes y se ha ido consolidando una oferta turística rural variada.

Las emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica parecen mostrar un nivel educativo inferior al del resto del ecosistema femenino emprendedor en el país. Las motivaciones para emprender de estas mujeres incluyen la posibilidad de tener una vida mejor al poder generar sus propios ingresos, pero también la voluntad de querer mantener y mostrar su estilo de vida, vinculado a las raíces culturales costarricenses. Acorde con las ideas de preservación del medio ambiente que han posicionado a Costa Rica como uno de los principales receptores de turismo sostenible, estas emprendedoras crean sus empresas intentando no variar sus tradiciones y mostrándoselas al turista.

La revisión de la literatura revela cómo las mujeres emprendedoras comparten muchos rasgos en todo el mundo. Entre ellos destaca el limitado acceso a la financiación, la informalidad y la necesidad de combinar de manera más flexible la vida familiar con la profesional. Los beneficios del emprendimiento femenino se dividen en dos aspectos. Por un lado, en la mejora de la calidad de vida de la familia por el aumento del ingreso familiar, y, por otro, las ventajas procedentes del empoderamiento de la mujer a través de la creación de su empresa. Estos dos efectos se refuerzan entre sí a lo largo del proceso emprendedor, multiplicando el potencial de crecimiento de sus empresas y el macroeconómico.

En el caso del turismo rural costarricense, estas mujeres se enfrentan a importantes limitaciones comparadas con el resto de las emprendedoras. Al tratarse de un entorno rural, las posibilidades ofrecidas por el mercado de trabajo son limitadas y las condiciones familiares no permiten a estas mujeres trabajar muy lejos de sus hogares. De esta manera, la creación de empresas dentro de su entorno les permite tener su propio trabajo y generar mejores condiciones de vida alrededor de su hogar. El vínculo de estas emprendedoras con las tradiciones y la cultura de su país hace que los beneficios del emprendimiento se amplíen. La posibilidad de crear un modo de vida sostenible, combinado con el orgullo y conocimiento del

entorno, aumenta la capacidad de agencia, de empoderamiento y confianza en sí mismas de estas mujeres. Esta estrategia empresarial, aunque inicialmente de limitado crecimiento, se presenta como ideal para estas mujeres y el desarrollo económico de estas regiones en Costa Rica.

Sin embargo, esta investigación no está exenta de limitaciones, que, desde nuestra perspectiva, se convierten en oportunidades futuras. De alguna manera, la mayoría de los estudios encontrados se refieren a emprendimientos en países desarrollados. Aún hay una escasez de información sobre la temática de la mujer emprendedora en el turismo rural, especialmente en América Latina y en Costa Rica. Es necesario conocer más de las mujeres emprendedoras, sus características, sus fortalezas, sus debilidades, para que se dirijan políticas, programas y proyectos que incentiven su participación, su formación empresarial, faciliten el acceso al crédito y se fomente el crecimiento de sus empresas.

La escasez de información y estudios disponible pone de manifiesto la dificultad y la potencial necesidad de disponer de información primaria que permita conocer la situación de las empresarias y de sus empresas, así como establecer cuáles son los factores de éxito y fracaso al emprender en el sector turístico rural. Con ello se podrían realizar aportes relevantes para los tomadores de decisiones, que permitan robustecer la actividad emprendedora femenina, dada la importancia de las contribuciones de ésta para el desarrollo económico y social de las comunidades.

REFERENCIAS

- ÁCS, Z.J., SZERB, L., Y LLOYD, A. (2017): «Global Entrepreneurship Index 2018». Washington, DC: The Global Entrepreneurship and Development Institute. Disponible en <https://thegedi.org/2018-global-entrepreneurship-index/> (Accedido: 26 de octubre de 2018)
- ADAMSON BADILLA, M., ESPINOZA CORRALES, D., HERRERA GONZÁLEZ, R. Y

VARELA MONTERO, L. (2016): «Determining factors of entrepreneurship in Costa Rica: an econometric approach», documento de trabajo [DT_011_2016], Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, Universidad de Costa Rica, Enero. Disponible en http://www.iice.ucr.ac.cr/documentos_trabajo/Determining%20factors.pdf (Accedido: 29 marzo 2017)

ALM, E. Y JOHANSSON, S. (2011): «Women in tourism. Challenges of including women in the Maldivian Resort Sector», [en línea] Trabajo Fin de Máster. Lund University. Disponible en <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/1967583> (Accedido: 10 julio 2017)

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. (2002): «Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas», *Diario Oficial La Gaceta*, 17 de mayo del 2002 (8262), pp. 1-16. Disponible en <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/legislacion/pyme/8262.pdf> (Accedido: 12 enero 2018)

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA. (2009): «Ley Fomento del Turismo Rural Comunitario», *Diario Oficial La Gaceta*, 01 de octubre del 2009 (8724), pp. 1-6. Disponible en <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislación-de-empresas/leyes-y-reglamentos/630-ley-fomento-del-turismo-rural-comunitario/file.html> (Accedido: 25 enero 2018)

ASCHER, J. (2012): «Female Entrepreneurship – An appropriate response to gender discrimination», *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8(4), pp. 97–114. Disponible en <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-92e6b2e9-a5c4-404f-a46a-070581632e89> (Accedido: 26 noviembre 2016)

AYADURAI, S. Y SOHAIL, M.S. (2006): «Profile of women entrepreneurs in a war-torn area: case study of north east Sri Lanka», *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(1), pp. 3–

17. Disponible en <http://doi.org/10.1142/S1084946706000234> (Accedido: 30 enero 2017)

BANCO CENTRAL DE COSTA RICA (BCCR). (2018): «Cuenta Satélite de Turismo 2016».

San José: Departamento de Estadística Macroeconómica. Disponible en

<https://www.bccr.fi.cr/seccion-indicadores-economicos/cuenta-sat%C3%A9lite-de-turismo>

(Accedido: 16 noviembre 2018)

BANCO MUNDIAL. (2018): «Doing Business 2019». 16th Ed. Wasinhgton D.C.: International

Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Disponible en

[http://www.worldbank.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-](http://www.worldbank.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf)

[Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf](http://www.worldbank.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf) (Accedido: 2 de noviembre de 2018)

BELTRÁN BRAVO, L.R. (2014): «Sistematización de tres experiencias de jóvenes que

migraron a la ciudad y retornaron al campo». Puno, Perú. Disponible en

[http://juventudruralemprendedora.procasur.org/wp-content/uploads/2015/06/Jovenes-](http://juventudruralemprendedora.procasur.org/wp-content/uploads/2015/06/Jovenes-retornados-FINAL.pdf)

[retornados-FINAL.pdf](http://juventudruralemprendedora.procasur.org/wp-content/uploads/2015/06/Jovenes-retornados-FINAL.pdf) (Accedido: 6 setiembre 2017)

BONILLA MOYA, M. (2002): «Fortalecimiento del ocio de mujeres que trabajan en turismo

rural: estudio del caso de Monteverde, Costa Rica», *Documentos de Estudios de Ocio*, (19), pp.

151-168. Bilbao: Universidad de Deusto. Disponible en [http://www.deusto-](http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/ocio/ocio19.pdf)

[publicaciones.es/deusto/pdfs/ocio/ocio19.pdf](http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/ocio/ocio19.pdf) (Accedido: 23 mayo 2017)

BRENES BONILLA, L. Y BERMÚDEZ MESÉN, L. (2013): «Diferencias por género en el

emprendimiento empresarial costarricense», *TEC Empresarial*, 7(2), pp. 19–27. Disponible en

http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/1510 (Accedido: 29 marzo

2017)

BRUSH, C.G., DE BRUIN, A. Y WELTER, F. (2009): «A gender-aware framework for

women's entrepreneurship», *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), pp.

8–24. Disponible en <http://doi.org/10.1108/17566260910942318> (Accedido: 23 noviembre

2016)

BUTTNER, E.H. (1993): «Female Entrepreneurs: how far have they come?», *Business Horizons*, 36(2), pp. 59–65. Disponible en [http://doi.org/10.1016/S0007-6813\(05\)80039-4](http://doi.org/10.1016/S0007-6813(05)80039-4) (Accedido: 29 noviembre 2016)

CAF-BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA. (2013): «Emprendimientos en América Latina desde la Subsistencia hacia la Transformación Productiva». Bogotá, Colombia: CAF. Disponible en http://publicaciones.caf.com/media/33191/red_2013.pdf (Accedido: 12 noviembre 2018)

CALDERÓN FALLAS, E.G. (2017): «Turismo rural comunitario, agricultura familiar y desarrollo rural. Análisis de algunas experiencias en las áreas rurales de Costa Rica», *Revista española de estudios agrosociales y pesqueros*, pp. 15–58. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6049811> (Accedido: 24 enero 2018)

CARDÍN PEDROSA, M. Y ÁLVAREZ LÓPEZ, C.J. (2012): «El Turismo Rural Comunitario en Costa Rica», artículo presentado en el XI Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos, 26-28 Setiembre 2007, Lugo. Disponible en http://www.aepro.com/files/congresos/2007lugo/ciip07_1658_1666.340.pdf (Accedido: 5 noviembre 2018)

CHAVARRÍA, C.R. (2009): «Estudio sobre turismo rural en Costa Rica», documento de trabajo, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, San José, Costa Rica, Febrero. Disponible en <http://legacy.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Documentos/Agroturismo/Forms/AllItems.aspx> (Accedido: 24 enero 2018)

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL). 2017: «Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe 2017». (LC/PUB.2018/2-P). Santiago:

Naciones Unidas. Naciones Unidas. Disponible en

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/43239-anuario-estadistico-america-latina-caribe-2017-statistical-yearbook-latin> (Accedido: 5 noviembre 2018)

CEPAL. 2018: «Estadísticas e indicadores». Disponible en http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/web_cepalstat/estadisticasindicadores.asp (Accedido: 26 noviembre 2018)

COSTA, C., BREDÁ, Z., BAKAS, F.E., DURÃO, M. Y PINHO, I. (2015): «Profiling the contemporary brazilian tourism entrepreneur: a gender analysis», *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 3(4), pp. 1–27. Disponible en <http://www.library.ien.bg.ac.rs/index.php/jwee/article/view/222/216> (Accedido: 10 julio 2017)

COSTA, C., BREDÁ, Z., BAKAS, F.E., DURÃO, M. Y PINHO, I. (2016): «Through the gender looking-glass: Brazilian tourism entrepreneurs», *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(3), pp. 282–306. Disponible en <http://doi.org/10.1108/IJGE-07-2015-0023> (Accedido: 4 diciembre 2017)

DEMARTINO, R. Y BARBATO, R. (2003): «Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators», *Journal of Business Venturing*, 18(6), pp. 815–832. Disponible en [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00003-X](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00003-X) (Accedido: 23 noviembre 2016)

DÍAZ CASERO, J.C., HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, R., SÁNCHEZ ESCOBEDO, M.C. Y POSTIGO JIMÉNEZ, M.V. (2010): «Actividad emprendedora y género. Un estudio comparativo», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), pp. 83–98. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3185137> (Accedido: 22 noviembre 2016)

FERGUSON, L. (2010): «Tourism as a development strategy in Central America: exploring the impact on women's lives», documento informativo, Central America women's network, Marzo. Disponible en [http://cawn.org/assets/Tourism as a development strategyFINAL.pdf](http://cawn.org/assets/Tourism%20as%20a%20development%20strategyFINAL.pdf) (Accedido: 6 setiembre 2017)

FERNÁNDEZ ALDECUA, M.J. Y MARTÍNEZ BARÓN, L.A. (2010): «Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?», *Cuadernos de Turismo*, pp. 129–151. Disponible en <http://revistas.um.es/turismo/article/view/116311/110071> (Accedido: 24 febrero 2018)

FLORES, D. Y DE LA O BARROSO, M. (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*, (10), pp. 39–69. Disponible en <https://recyt.fecyt.es/index.php/AGER/article/view/12797> (Accedido: 15 febrero 2018)

FORO ECONÓMICO MUNDIAL. (2017): «The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017». Genova: Foro Económico Mundial. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017> (Accedido: 1 noviembre 2018)

GARIN CONTRERAS, A. (2015): «Turismo rural en el acoma de Villarica - Chile: institucionalidad y emprendedores rurales», *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(1), pp. 21–39. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000100002 (Accedido: 1 agosto 2017)

GONZÁLEZ CALVO, H. Y ESPINOZA HERRERA, R. (2010): «Mujer, organización y promoción social: su participación como agente de cambio en la comunidad de Guatuso, Costa Rica», en Benavides Calvo, N. y Escalera Reyes, J. (Eds), *Turismo sostenible, desarrollo local*

y articulación regional transfronteriza en el Río San Juan (Costa Rica-Nicaragua), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, San José, Costa Rica, pp. 205–235. Disponible en http://biblioteca.clacso.edu.ar/Costa_Rica/flacso-cr/20170704043403/pdf_194.pdf (Accedido: 4 abril 2017)

GTZ, BANCO MUNDIAL Y BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. (2010): «Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina», LEDEL SAC, Lima, Perú. Disponible en http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf (Accedido: 25 marzo 2017)

HELLER, L. (2010): «Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos mujer y desarrollo». Serie mujer y desarrollo. Naciones Unidas, Santiago, Chile. Disponible en <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/5818> (Accedido: 6 marzo 2017)

HERNÁNDEZ, M.G. (2016): «Design research, storytelling, and entrepreneur women in rural Costa Rica: a case study». *Actas del DRS 2016, Design Research Society 50th Anniversary Conference*, Brighton, UK, 27–30 June 2016, pp. 1-19. Disponible en <http://www.dr2016.org/417/> (Accedido: 5 abril 2017)

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO (ICT). (2010): «Plan nacional de turismo sostenible de Costa Rica 2010-2016. Resumen Ejecutivo». San José, Costa Rica. Disponible en <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo.html> (Accedido: 18 abril 2017)

ICT. (2015): «Impulso al crecimiento y desarrollo turístico en Costa Rica», en *Vigésimo primer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible 2014*. Disponible en http://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/021/economia/ICTTurismoC3.pdf

(Accedido: 26 abril 2017)

KATONGOLE, C., AHEBWA, W.M. Y KAWERE, R. (2013): «Enterprise success and entrepreneur's personality traits: an analysis of micro- and small-scale women-owned enterprises in Uganda's tourism industry», *Tourism and Hospitality Research*, 13(3), pp. 166–177. Disponible en <http://doi.org/10.1177/1467358414524979> (Accedido: 28 febrero 2018)

KELLEY, D., BRUSH, C., GREENE, P., HERRINGTON, M., ALI, A. Y KEW, P. (2015): «GEM Special Report Women's Entrepreneurship 2014». Disponible en <http://gemconsortium.org/report/49281> (Accedido: 3 marzo 2017)

KELLEY, D.J.; BAUMER, B.S.; BRUSH, C.; GREENE, P.G.; MAHDAVI, M.; MAJBOURI, M.; COLE, M., DEAN, M. Y HEAVLOW, R. (2017): «Global Entrepreneurship Monitor. Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report». Disponible en <https://www.gemconsortium.org/report/49860> (Accedido: 26 de octubre de 2018)

KNIGHT, D.W. Y COTTRELL, S.P. (2016): «Evaluating tourism-linked empowerment in Cuzco, Peru», *Annals of Tourism Research*. Elsevier Ltd, 56, pp. 32–47. Disponible en <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.007> (Accedido: 4 agosto 2016)

KOUTSOU, S., NOTTA, O., SAMATHRAKIS, V. Y PARTALIDOU, M. (2009): «Women's entrepreneurship and rural tourism in Greece: private enterprises and cooperatives», *South European Society and Politics*, 14(2), pp. 191–209. Disponible en <http://doi.org/10.1080/13608740903037968> (Accedido: 25 febrero 2018)

LEIVA BONILLA, J.C. (2013): «¿Quién crea mipymes en Costa Rica?», *Tec Empresarial*, 7, pp. 9–17. Disponible en http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/1509/1399 (Accedido: 25 febrero 2018)

LING, R.S.J., WU, B., PARK, J., SHU, H. Y MORRISON, A.M. (2013): «Women's role in

sustaining villages and rural tourism in China», *Annals of Tourism Research*, 43, pp. 634–638.

Disponible en <http://doi.org/10.1016/j.annals.2013.07.009> (Accedido: 31 julio 2017)

MASTERCARD. (2017): «Index of Women Entrepreneurs 2017». Disponible en <https://newsroom.mastercard.com/documents/mastercard-index-of-women-entrepreneurs-2017/> (Accedido: 27 noviembre 2017)

MCCLELLAND, E., SWAIL, J., BELL, J. Y IBBOTSON, P. (2005): «Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation», *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), pp. 84–107. Disponible en <http://doi.org/10.1108/13552550510590527> (Accedido: 30 noviembre 2017)

MCGEHEE, N.G., KIM, K. Y JENNINGS, G.R. (2007): «Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship», *Tourism Management*, 28(1), pp. 280–289. Disponible en <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.022> (Accedido: 5 julio 2017)

MORALES HERNÁNDEZ, A.M., FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, C. Y DÍAZ PÉREZ, F.M. (2016): «Roles de género en turismo rural: ¿cambio o permanencia?», artículo presentado en XIX Congreso AECIT Tiempos de cambio en el turismo, 16-18 Noviembre 2016, Adeje, Tenerife. Disponible en <https://www.aecit.org/files/congress/19/papers/282.pdf> (Accedido: 24 febrero 2018)

MORERA, C. (2006): «Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica», *Ambientico*, March, pp. 4–8. Disponible en <http://www.ambientico.una.ac.cr/pdfs/ambientico/150.pdf> (Accedido: 23 enero 2018)

NEL-LO ANDREU, M. (2008): «Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica», *Anales de Geografía*, 28(2), pp. 167–188. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/view/31987> (Accedido: 28 abril 2017)

ONU MUJERES. (2017): «El progreso de las mujeres en América Latina y el Caribe 2017.

Transformar las economías para realizar los derechos». Disponible en [http://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2016/12/el-progreso-de-las-mujeres-](http://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2016/12/el-progreso-de-las-mujeres-america-latina-y-el-caribe-2017)

[america-latina-y-el-caribe-2017](http://lac.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2016/12/el-progreso-de-las-mujeres-america-latina-y-el-caribe-2017) (Accedido: 27 noviembre 2018)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) Y HUZHOU CITY. (2017): «International Rural Tourism Development – An Asia-Pacific Perspective». Madrid. Disponible en <https://doi.org/10.18111/9789284418824> (Accedido: 5 setiembre 2017)

OMT y ONU MUJERES. (2013): «Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010». Madrid, España. Disponible en <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414789> (Accedido: 13 febrero 2018)

OMT. (2002): «Turismo: Panorama 2020. Volumen 7: Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado». Madrid. Disponible en <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284404766> (Accedido: 18 febrero 2018)

OMT. (2003): «El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio», en *Seminario Internacional sobre Turismo Rural y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio*, Asunción, Paraguay, 12-13 mayo 2003, pp. 1-304. Disponible en <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284406630> (Accedido: 25 febrero 2018)

OMT. (2018): «UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition». Disponible en <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876> (Accedido: 13 noviembre 2018)

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS (OCDE). (2018): «Entrepreneurship at a Glance Highlights 2018». Disponible en <http://www.oecd.org/industry/business-stats/> (Accedido: 6 noviembre 2018)

PÉREZ GALÁN, B. (n.d.): «Turismo rural comunitario, género y desarrollo en Perú. La participación de las mujeres». Disponible en

[http://s0274b3d5d9ba961c.jimcontent.com/download/version/1415678015/module/8890510569/name/Turismo Rural Comunitario, Género y Desarrollo en Perú.pdf](http://s0274b3d5d9ba961c.jimcontent.com/download/version/1415678015/module/8890510569/name/Turismo%20Rural%20Comunitario,%20G%C3%A9nero%20y%20Desarrollo%20en%20Per%C3%BA.pdf) (Accedido: 3 setiembre 2017)

PÉREZ, S. (2010): «El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural», *Agronomía Colombiana*, 28(3), pp. 507–513. Disponible en <http://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688> (Accedido: 6 abril 2017)

PETTERSSON, K. Y HELDT CASSEL, S. (2014): «Women tourism entrepreneurs: doing gender on farms in Sweden», *Gender in Management*, 29(8), pp. 487–504. Disponible en <http://doi.org/10.1108/GM-02-2014-0016> (Accedido: 26 agosto 2017)

PICÓN CRUZ, J.C. Y HERNÁNDEZ ULATE, A. (2014): «El turismo rural comunitario en los procesos de la nueva ruralidad: la experiencia latinoamericana», artículo presentado en XVIII Congreso AECIT, Turismo: Liderazgo, Innovación y Emprendimiento, 26-28 noviembre 2014, INVAT·TUR, Benirdorm. Disponible en <https://www.aecit.org/files/congress/18/papers/42.docx> (Accedido: 26 febrero 2018)

QUADER, M.S. (2012): «A characteristic model of successful women entrepreneurs in the UK», *Journal of Services Research*, 12(1), pp. 89–113. Disponible en <http://search.proquest.com/docview/1019285931/abstract/545A6AB768634B69PQ/1> (Accedido: 23 noviembre 2016)

RAMADANI, V., REXHEPI, G., ABAZI-ALILI, H., BEQIRI, B. Y THAÇI, A. (2015): «A look at female entrepreneurship in Kosovo: an exploratory study», *Journal of Enterprising Communities*, 9(3), pp. 277–294. Disponible en <http://doi.org/10.1108/JEC-04-2015-0027> (Accedido: 23 noviembre 2016)

RUIZ NAVARRO, J., CAMELO ORDAZ, M.C. Y CODURAS MARTÍNEZ, A. (2012): «Mujer y desafío emprendedor en España: características y determinantes», *Economía*

Industrial, (383), pp. 13–22. Disponible en

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903695> (Accedido: 22 noviembre 2016)

SARANGO LALANGUI, P., ARMAS HERRERA, R. Y RAMÓN JARAMILLO, S.E. (2016):

«Emprendimiento femenino y turismo religioso en Ecuador», en Rocha, A., Reis, L.P., Pérez Cota, M., Santana Suárez, O. y Gonçalves, R. (Eds), *actas 11a Conferencia Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información*, Gran Canaria, España, 15-18 de Junio de 2016, pp. 433–438.

Disponible en <https://doi.org/10.1109/CISTI.2016.7521637> (Accedido: 22 noviembre 2016)

SAARINEN, J. (2006): «Traditions of sustainability in tourism studies», *Annals of Tourism Research*, 33(4), pp. 1121–1140. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.007>

(Accedido: 17 marzo 2019)

SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE (SELA). (2010):

«Desarrollando mujeres empresarias: la necesidad de replantear políticas y programas de género en el desarrollo de PYMES», documento de trabajo [SP/Di No. 5-10], Secretaría Permanente del SELA, Caracas, Venezuela, Junio. Disponible en

<http://www.sela.org/media/268540/desarrollando-mujeres-empresarias-pymes.pdf> (Accedido: 6 marzo 2017)

STILL, L.V Y WALKER, E.A. (2006): «The self-employed woman owner and her business: an australian profile», *Women in Management Review*, 21(4), pp. 294–310. Disponible en

<http://doi.org/10.1108/09649420610666597> (Accedido: 1 febrero 2017)

TAJEDDINI, K., RATTEN, V. Y DENISA, M. (2017): «Female tourism entrepreneurs in Bali, Indonesia», *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Elsevier Ltd, 31, pp. 52–58.

Disponible en <http://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.004> (Accedido: 6 julio 2017)

TALÓN BALLESTERO, P., ABAD ROMERO, P. Y GONZÁLEZ SERRANO, L. (2014):

«Emprendimiento de la mujer en el ámbito rural: el turismo como motor de desarrollo», *Esic*

Market Economics and Business Journal, 45(3), pp. 579–604. Disponible en http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/141006_130348_E.pdf (Accedido: 7 abril 2017)

TRAVERSO CORTÉS, J., IRRIBARREN ALCAÍNO, L.A. Y ROMÁN ONSALO, M. (2014): «Emprendimiento femenino y desempeño de las empresas en la República de Chile», artículo presentado en el V Congreso Universitario Internacional Investigación y Género, Sevilla, 3-4 Julio 2014. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/40955> (Accedido: 23 octubre 2016)

TSHABALALA, S.P. Y EZEUDUJI, I.O. (2016): «Women tourism entrepreneurs in KwaZulu-Natal , South Africa: any way forward?», *Acta Universitatis Danubius. Oeconomica*, 12(5), pp. 19–32. Disponible en <https://doaj.org/article/bc6e258fdd3d4d469ce8b93bae129439> (Accedido: 10 julio 2017)

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. (2018a): «Travel & Tourism economic impact 2018 World». Disponible en <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/regional-reports/> (Accedido: 14 noviembre 2018)

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. (2018b): «Travel & Tourism economic impact 2018 Américas». Disponible en <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/regional-reports/> (Accedido: 14 noviembre 2018)

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. (2018c): «Travel & Tourism economic impact 2018 Costa Rica». Disponible en <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/> (Accedido: 14 noviembre 2018)

YPEIJ, A. (2013): «Cholos, incas y fusionistas: el nuevo Perú y la globalización de lo andino», *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, (94), pp. 67–82. Disponible en <https://doi.org/10.18352/erlacs.8394> (Accedido: 6 setiembre 2017)

ZAMBERI AHMAD, S. (2011): «Evidence of the characteristics of women entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia», *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(2), pp. 123–143. Disponible en <https://doi.org/10.1108/17566261111140206> (Accedido: 23 noviembre 2016)

ZAPALSKA, A. (1997): «A profile of woman entrepreneurs and enterprises in Poland», *Journal of Small Business Management*, 35(4), pp. 76–82. Disponible en <http://search.proquest.com/docview/220989307/abstract/281C3B91CB7C4615PQ/1>

(Accedido: 31 enero 2017)

Nota: El formato del capítulo 2 varía con respecto al resto de la tesis debido a que, al tratarse de un artículo aceptado para publicación, se ha querido mantener la exigencia de la revista Cuadernos del Turismo al trasladarlo a la Memoria de tesis.

UNIVERSIDAD DE
MURCIA

CIF Q3018001B

Murcia, 14 de octubre de 2019

Cayetano Espejo Marín, Director de la revista **Cuadernos de Turismo (ISSN 1139-7861)**, editada por la Universidad de Murcia desde 1998, certifica que se encuentra aceptado para su publicación en el número 46, correspondiente al segundo semestre de 2020, el artículo “La mujer emprendedora en el turismo rural: peculiaridades del caso costarricense a través de la revisión bibliográfica”, del que son autoras Merlyn Gutiérrez Cruz, María Jesús Such Devesa y Patricia Gabaldón Quiñones.

En 2012 la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) califica Cuadernos de Turismo como revista Excelente, sello de Calidad que renueva en 2019.

En 2014 la revista es incluida en Scopus, y valorada por Scimago Journal & Country Rank. Desde 2015 está presente en la base de datos Emerging Source Citation Index (ESCI) de Thomson Reuters.



Cayetano Espejo Marín

Facultad de Letras
Departamento de GeografíaCampus Universitario La Merced, 30001 Murcia
T. 868 88 30 00 – F. 868 88 31 24 – www.um.es/dp-geografia

Capítulo III.

Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica

Artículo aceptado para su publicación el 5 de noviembre de 2020 en la Revista Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante indexada en Scopus, Latindex (34 características cumplidas) y valorada en Scimago Journal & Country Rank (Q3 en 2019, Social Sciences (miscellaneous)).

Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica

Merlyn Gutiérrez Cruz
Doctoranda, Universidad de Alcalá
María Jesús Such Devesa
Universidad de Alcalá
Patricia Gabaldón Quiñones
IE Business School

RESUMEN

Este artículo de investigación tiene como objetivo definir el perfil de las mujeres emprendedoras costarricenses en el sector del turismo rural y determinar si sus características y las de sus empresas están relacionadas con su desempeño. Se adoptó una metodología mixta basada en entrevistas individuales que incluyen una combinación de preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas. Los resultados ponen de manifiesto la importancia del apoyo familiar y la afiliación a redes como elementos esenciales para el desarrollo de empresas exitosas. La familia y las redes proporcionan dos elementos esenciales para el éxito de las emprendedoras: acceso a la financiación y formalización de sus negocios. Es de especial relevancia destacar la contribución de esta investigación a un campo poco estudiado como es el de las emprendedoras rurales, dados sus aportes a la reducción de la pobreza y en el que tradicionalmente el acceso a la información ha sido muy limitado.

Palabras clave: desempeño; mujeres empresarias rurales; turismo; costarricenses

Success factors of women's entrepreneurship in rural tourism in Costa Rica**ABSTRACT**

This research article aims to define the profile of Costa Rican women entrepreneurs in the rural tourism sector and to determine whether their characteristics and those of their ventures are

related to their performance. A mixed methodology has been adopted based on semistructured and in-depth interviews. The results highlight the importance of family support and contact networks as essential elements for the development of successful enterprises. Family and networks provide two essential elements for women entrepreneurs' success: access to finance and formalization of their business. It is particularly important to point out the contribution of this research to the under-studied field of rural entrepreneurs, given their contributions to poverty reduction and in which traditionally access to information has been very limited.

Keywords: performance; rural women entrepreneurs; tourism; Costa Ricans

3.1 INTRODUCCIÓN

La creación de empresas es importante para el desarrollo económico de un país, dado que promueve el empleo, la innovación y la generación de riqueza (Fuentes y Sánchez, 2010). En los últimos años, el interés por las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) ha aumentado debido a la contribución que éstas realizan para el desarrollo económico, sociocultural y ambiental de las naciones (Hernández et al., 2008).

En esta misma línea, el incremento en la tasa de participación empresarial femenina en economías emergentes y desarrolladas ha impulsado la realización de investigaciones empíricas interdisciplinarias sobre las mujeres emprendedoras, centradas en sus características, motivaciones, problemática, aporte económico y social, y su comparación con las empresas dirigidas por hombres, entre otros (Brush, 1992; De Vita et al., 2014; Henry et al., 2015). Se ha encontrado que, las pequeñas empresas propiedad de mujeres en áreas rurales representan una opción de alivio a la pobreza (Bowale et al., 2014).

En Costa Rica, las mipymes representan un 93,3% del parque empresarial y aportan el 27,7% del empleo (Brenes et al., 2017). Según el informe GEM 2014 para el país, un 11,2%

de mujeres se encuentra emprendiendo en etapas iniciales y un 1,8% posee emprendimientos establecidos, comparado con un 11,6% y un 3,2% respectivamente, en el caso de los hombres (Lebendiker et al., 2015).

El turismo permite a las mujeres emprendedoras de las zonas rurales a contribuir a su producción y productividad y refuerza el empoderamiento de las mujeres como propietarias de empresas. En esta línea, el turismo contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) número 5, 8, 12 y 14, por su capacidad para reducir la pobreza, generar empleos decentes y promover la realización de las actividades de forma sostenible fomentando la cultura y tradiciones locales. Además, genera uno de cada diez empleos en el mundo. Esto hace que esta industria sea especialmente importante en los países en desarrollo, debido a su capacidad para empoderar a las poblaciones vulnerables, como las mujeres y las comunidades rurales (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2018).

La relevancia de las mujeres empresarias costarricenses en el turismo rural y sus emprendimientos es doble. En primer lugar, a pesar de la importancia de las pymes para el desarrollo económico y de que Costa Rica cuenta con las características adecuadas para fomentar su crecimiento, existe poca información sobre ellas y su funcionamiento (Ramírez, 2010). Actualmente, no se dispone de estadísticas e información clara del total de mipymes costarricenses dedicadas al turismo en el medio rural ni de las que son dirigidas por mujeres.

En segundo lugar, es necesario conocer de manera específica las características de las emprendedoras rurales y cómo su desempeño es afectado para la formulación de políticas y proyectos que fortalezcan su actividad, fomenten la competitividad y el crecimiento.

Debido a esta brecha de información, este estudio adopta la teoría basada en los recursos (Barney, 1991) e investiga la relación entre el acceso a financiación, formación y afiliación a redes y el desempeño de las micro y pequeñas empresas de turismo rural dirigidas por mujeres

en Costa Rica. Para ello, esta investigación buscar abordar la siguiente pregunta: ¿En qué manera los recursos individuales de las empresarias y de sus micro y pequeñas empresas de turismo rural en Costa Rica afectan el desempeño de su empresa?

En este sentido, la selección del desempeño como variable dependiente en la investigación es especialmente relevante. Las investigaciones anteriores han utilizado el desempeño como un indicador para las mujeres empresarias debido a su relación con los beneficios derivados de las empresas dirigidas por mujeres, ya que estas empresas suelen tener menores costos operativos y menores niveles de ventas, ganancias y empleo (Coleman, 2007; Hallak et al., 2015; Lerner y Haber, 2001; Watson, 2003). El desempeño, definido como una medida tanto de la rentabilidad como de las ventas, permite comprender los rendimientos positivos generales de la empresa, alejándose de los indicadores meramente financieros de ganancias.

3.2 EL CONTEXTO COSTARRICENSE

El turismo es una de las actividades económicas más importantes de Costa Rica. En el año 2017, el país casi triplicó las cifras de ingreso de turistas con las que se inició el siglo XXI, al recibir 2.925.128 turistas (Instituto Costarricense de Turismo [ICT], 2018a), frente a los 1.088.075 que lo visitaron en el año 2000 (ICT, 2009). Esto generó US\$ 3.864,1 millones de dólares, superando la aportación de las exportaciones de café, banano, piña y productos farmacéuticos en su conjunto (ICT, 2018b). Además, se estima que un 11,3% de los turistas realizaron actividades de turismo rural comunitario durante su estancia en el país en el periodo 2013-2017 (ICT, 2018c), lo que pone de manifiesto el creciente interés de los viajeros hacia este tipo de turismo.

Este crecimiento de la actividad turística costarricense ha favorecido la creación de empleos. En el 2016, generó un 8,8% de empleos relacionados con productos característicos

del turismo y un 4,4% en servicios vinculados al turismo. De estos un 3,49% de los empleos directos y un 2,48% de los indirectos los ocupan las mujeres (Banco Central de Costa Rica [BCCR], 2018). Es en el caso de las actividades relacionadas indirectamente con el turismo donde se da una mayor participación de las mujeres.

De acuerdo con estudios realizados por Ferguson (2010), el empleo en el sector turístico centroamericano, que incluye Costa Rica, se caracteriza por la incorporación de la mujer en tareas que reproducen los roles tradicionales del hogar a cambio de salarios mal remunerados y en puestos de baja cualificación. Por otro lado, la propiedad de los negocios aún se estructura por razón de género, etnia y clase, siendo los esposos u otros miembros varones del núcleo familiar figuran como titulares de los emprendimientos.

El turismo rural surge en Costa Rica en los años 90, ante la demanda de nuevos productos que diversificaran el modelo turístico tradicional de sol y playa. En sus orígenes, se utilizan diversos conceptos para referirse a las actividades turísticas desarrolladas en espacios rurales y relacionadas con el ecoturismo como son el agroecoturismo y el agroturismo, que se basaron en la conservación y el aprovechamiento del patrimonio natural y cultural local y estaban vinculadas directamente a las actividades productivas de las familias y de los pobladores locales que con apoyo financiero de la cooperación internacional establecieron sus primeros emprendimientos turísticos rurales (Chavarría, 2009).

Por otra parte, Cardín Pedrosa y Álvarez López (2007), sugieren que en 1992 se comienza a utilizar el concepto de turismo rural asociado a la reactivación de actividades productivas sostenibles por parte de cooperativas de autogestión que habían recibido donaciones de terrenos del Instituto de Desarrollo Agrario (IDA) en Costa Rica y que, en 1994 crean el Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional (COOPRENA) para ofertar paquetes turísticos de turismo rural en el mercado nacional.

La consolidación de la oferta de turismo rural comunitario en Costa Rica se da a principios del año 2000 (Colin y Aldekozea, 2004), lo que llevó a la formación de la Alianza para el fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario (TRC) en el año 2004, integrada por instituciones involucradas directamente con la actividad como COOPRENA, la Mesa Campesina, el ICT, el Programa de las Naciones Unidas (PNUD), la Asociación Centroamericana para la economía, la salud y el ambiente (ACEPESA) y la Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario (ACTUAR) que buscaban cooperar entre ellas, lograr el apoyo de las instituciones públicas y la definición de políticas públicas que apoyaran el desarrollo del TRC (Solano Pacheco, 2006).

El trabajo coordinado de la Alianza da sus frutos con la firma del Decreto que en 2006 declara de Interés Público el TRC, posteriormente en 2009 se crea la Ley No. 8724 de Fomento del TRC y en 2010 su Reglamento.

La oferta de turismo rural costarricense se encuentra estructurada en grupos organizados en asociaciones o cooperativas; en empresas desarrolladas en grandes fincas, que buscan diversificar la actividad agrícola mediante el agroturismo y en empresas lideradas por pequeños productores o campesinos, que diversifican su actividad principal mediante proyectos turísticos, en algunos casos familiares (Chavarría, 2009).

Las actividades que se incluyen dentro de la oferta de turismo rural son: cosecha y recolección de alimentos, observación de aves, visita a mariposarios y jardines botánicos, paseos a caballo, pesca en ríos o estanques, muestras artesanales, observación de prácticas de ordeña y elaboración de quesos, manejo del caballo, paseos en bote, caminatas, paseos en carreta, observación de procesos industriales, gastronomía típica, alimentación de animales, juegos populares, entre otras (Chavarría, 2009).

El ICT, ente rector de la actividad turística del país clasifica las actividades de turismo rural que obtienen declaratoria turística en posadas de turismo rural comunitario, agencias de viajes receptoras especializadas en ofertas rurales, fincas de actividades temáticas y servicios de alimentos y bebidas criollas o tradicionales (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2009). El elemento distintivo entre las empresas de turismo rural y de turismo rural comunitario (TRC) es que, en estas últimas la población local participa a través de organizaciones de base, asociaciones o cooperativas, que son las que gestionan la actividad turística (Calderón Fallas, 2017).

Tabla 1.

Posadas de TRC y actividades temáticas por unidad de planeamiento

Unidad de planeamiento	TRC	Posadas de	Actividades
		temáticas	
Guanacaste	3		20
Puntarenas	3		15
Pacífico Central	0		7
Pacífico Sur	9		3
Caribe	4		9
Llanuras del Norte	2		17
Valle Central	15		34

Fuente: Elaboración propia a partir de M. Quesada, comunicación personal, 5 de octubre de 2020.

De acuerdo con datos del ICT (M. Quesada, comunicación personal, 5 de octubre de 2020), actualmente se encuentran operando 36 posadas de turismo rural comunitario y 105 actividades temáticas con declaratoria turística distribuidas en las siete unidades de planeamiento turístico establecidas en el país (tabla 1).

3.3 MARCO TEÓRICO

La Teoría de los Recursos examina el vínculo entre las características internas y el rendimiento y productividad de una empresa. Las empresas tienen un acceso diferente a los recursos por motivos variados. Los recursos que son heterogéneos, inmóviles, valiosos, raros,

imperfectamente imitables y no sustituibles, son los que le dan una ventaja competitiva duradera a una empresa (Barney, 1991). De acuerdo con la Teoría de los Recursos, una mejora en el acceso a los recursos implica una mejora en el proceso de producción (Carro y González, 2012) y, por tanto, en su desempeño.

Dentro de este marco teórico, se entiende que un recurso es cualquier elemento tangible o intangible (Hall, 1992; Hill y Jones, 2005; Wernerfelt, 1984) que pueda considerarse como una fortaleza o una debilidad de una empresa determinada (Caves, 1980). Barney (1991) clasifica los recursos de la empresa en tres categorías: recursos de capital físico, recursos de capital humano y recursos de capital organizacional.

Varios investigadores indican que, estos recursos son determinantes en el desempeño de una empresa ya que permiten establecer estrategias que mejoran su eficiencia y eficacia (Amit y Schoemaker, 1993; Barney, 1991; Grant, 1991; Priem y Butler, 2001; Teece et al., 1997).

En esta misma línea se encontró que, el tamaño de la empresa, el tiempo dedicado a su operación y el capital financiero influyen en el resultado empresarial de las emprendedoras en el sector servicios (Díaz y Jiménez, 2010). Otra investigación mostró que, las empresas encabezadas por mujeres y minorías, que poseen menos capital inicial, carecen de experiencia previa y operan en servicios minoristas o personales, tienen un bajo desempeño (Cooper et al., 1997). Por otra parte, se argumenta que la escasez de capital empresarial es una de las principales razones del lento crecimiento y desempeño de los negocios de mujeres (Shaw et al., 2009). Asimismo, la financiación y el establecimiento de objetivos comerciales se determinaron como barreras que restringen el desempeño de los pequeños negocios de mujeres en Sudáfrica (Meyer y Mostert, 2016). En resumen, los recursos individuales y de la empresa son fundamentales para el desempeño de los emprendimientos femeninos.

En este estudio se investiga si el acceso a financiación, formación y afiliación a redes está relacionado con el desempeño de las micro y pequeñas empresas de turismo rural costarricense dirigidas por mujeres.

3.3.1 El acceso a financiación de la emprendedora rural

Partiendo de la Teoría de los Recursos, se entiende que el acceso a la financiación es esencial para el desarrollo emprendedor. En líneas generales, el capital financiero constituido por inyecciones de deuda o capital de fuentes externas (Coleman, 2007), contribuye tanto al crecimiento como a la supervivencia y desempeño de una empresa (Cooper et al., 1997). El acceso al crédito da la oportunidad a las empresas para expandirse, introducir nuevos productos o servicios, contratar nuevos empleados y adoptar nuevas tecnologías que posibilitan el aumento de la productividad y del rendimiento (Coleman, 2007; Tigges y Green, 1994).

Actualmente, la financiación a partir de microcréditos permite que las mujeres accedan a créditos a pequeña escala y permite a las instituciones financieras obtener información sobre el rendimiento y la solvencia de las prestatarias (World Bank, 2012). No obstante, estudios empíricos han encontrado que las mujeres emprendedoras tienen poco capital inicial y una menor participación en financiamiento externo (Brush y Chaganti, 1999; Shaw et al., 2009), lo que puede repercutir en un bajo nivel de desempeño y bajos márgenes de utilidad (Powers y Magnoni, 2010).

Varios factores limitan el acceso de las mujeres al crédito, especialmente en los países emergentes y en las comunidades rurales, como la carencia de las garantías necesarias (derechos de propiedad sobre la tierra y los bienes) o el tamaño pequeño de sus empresas y que mayormente se desempeñan en el sector informal (Demirgüç et al., 2008).

Asimismo, las mujeres emprendedoras se caracterizan por realizar inversiones más conservadoras y su aversión al riesgo (Fletschner et al., 2010). Otras limitaciones que

restringen el acceso de las emprendedoras a la financiación son el cobro de tasas de interés diferenciales de las que el sistema financiero ofrece en los créditos a los hombres y la poca variedad de productos financieros dirigidos a ellas (World Bank, 2012).

En varios estudios, se identificó que las mujeres se muestran reacias a solicitar financiación porque creen que serán rechazadas, a pesar de ser probable que se les otorgará el préstamo (Coleman, 2002; Fabowale, 1995). En Israel, aquellos emprendimientos turísticos que fueron apoyados financieramente por fuentes externas gubernamentales o de otro tipo tuvieron un mejor desempeño que aquellos que no contaron con el apoyo financiero (Lerner y Haber, 2001).

La falta de recursos financieros o la dificultad para obtenerlos es una de las principales barreras que restringen el éxito del negocio para las mujeres emprendedoras en Sudáfrica (Meyer y Mostert, 2016). Investigadores encontraron que los niveles más altos de capital financiero contribuyeron a la supervivencia, el crecimiento y el desempeño de las empresas (Cooper et al., 1997). Esto coincide con los hallazgos de la investigación realizada entre microempresarios en Jamaica, donde se encontró que a mayor capital financiero aumentaban las ganancias de la empresa (Honig, 1998).

Proposición 1: El acceso a financiación de la emprendedora rural se relaciona positivamente con el desempeño de la empresa.

3.3.2 El acceso a formación de la emprendedora rural

La educación juega un papel importante tanto para el aprovechamiento de las oportunidades individuales, como para la capacidad productiva de las empresas y el bienestar de un hogar (SOFA Team, 2011). Estudios empíricos encontraron que el capital humano,

entendido como las habilidades y capacidades desarrolladas a través de la educación formal, la capacitación y la experiencia laboral; estaba directamente relacionado con la productividad y el rendimiento de la empresa (Coleman, 1988; Cooper et al., 1997). En esta misma línea, se considera que la capacitación y la educación pueden contribuir positivamente al crecimiento y desempeño empresarial de las mujeres emprendedoras (Tiwari y Goel, 2017).

En las regiones en desarrollo, las cabezas de familia rurales están en desventaja con respecto a la acumulación de capital humano ya que éstas tradicionalmente han tenido un acceso limitado a los servicios educativos (Anríquez, 2011). Además, en las economías en desarrollo, la carencia de habilidades y capacitación en administración, contabilidad, mercadeo y/o finanzas contribuye a que los emprendimientos femeninos tengan menores dimensiones y posean bajos índices de crecimiento (Powers y Magnoni, 2010).

Investigadores hallaron que el nivel de capacitación y la experiencia del emprendedor están relacionados positivamente con el éxito y desempeño empresarial (Saffu et al., 2008). Igualmente, en un estudio sobre microempresarios en Jamaica, se encontró que los altos niveles educativos contribuyen en la rentabilidad de la empresa (Honig, 1998). Sin embargo, el nivel educativo en el sector informal, por lo general, es bajo, limitándose a la educación básica, y/o conocimientos esenciales de gestión y contabilidad. En ocasiones las emprendedoras desconocen la diferencia entre ganancias y capital, lo que conlleva a un eventual colapso del negocio (Debrah 2007).

Se puede afirmar que la educación tiene un efecto positivo sobre la supervivencia, el rendimiento y el crecimiento de las empresas (Cooper et al., 1997) y esta afirmación es compatible con un estudio que muestra que las empresas administradas por personas con títulos universitarios experimentan resultados favorables en ventas, empleo y ganancias (Pena, 2002).

De forma similar se encontró que, tanto el nivel educativo como la experiencia previa en gestión eran determinantes de la capacidad de los emprendimientos femeninos para generar ganancias y ser rentables (Coleman, 2007). Por otra parte, la formación empresarial es importante para el buen desempeño de las empresas dirigidas por mujeres, aunque estas no posean educación formal (Meyer y Mostert, 2016).

Proposición 2: El acceso a formación de la emprendedora rural se relaciona positivamente con el desempeño de la empresa.

3.3.3 La afiliación a redes de la emprendedora rural

Las redes de colaboración turísticas de base comunitaria incorporan estrategias colaborativas para coordinar los elementos que conforman el paquete turístico, minimizar los impactos en la cultura local y lograr un beneficio colectivo. Estas redes implementan alianzas que son económicamente rentables y socialmente aceptables para la población local (Burgos y Mertens, 2016).

En ocasiones, las emprendedoras dedicadas al turismo rural se agrupan en redes como asociaciones, cooperativas o sociedades; estas formas de emprendimiento colectivo contribuyen a impulsar objetivos comunes y colaborar para beneficio mutuo, lo que a su vez aumenta el poder económico y social de las mujeres (Bakas, 2014).

El emprendimiento colectivo permite el fortalecimiento de la oferta de turismo rural de las emprendedoras porque agruparse les facilita el cumplimiento de los complejos requisitos que deben cumplir para operar (Schmidt et al., 2016).

El desarrollo rural y las ganancias de una empresa pueden aumentar si se construyen sinergias y redes, dentro de las unidades económicas agrícolas o entre los agricultores (Knickel

y Renting, 2000). En el caso del turismo rural, la presencia de redes fomenta las conexiones entre actores diversos, lo que les permite fortalecer su imagen ante los clientes potenciales y a su vez mejora el rendimiento (Che et al., 2005; Jóhannesson et al., 2003).

Las redes y conexiones son importantes para que las empresarias obtengan información, contactos, recursos y para controlar su entorno (Tigges y Green, 1994). “Las conferencias y reuniones de negocios y profesionales parecen ser buenas oportunidades para estimular las redes sociales y facilitar las sinergias entre los actores involucrados en la agricultura, como productores, desarrolladores, agencias de turismo e instituciones financieras” (Barbieri y Mshenga, 2008, p. 79).

De alguna manera, las pequeñas empresas utilizan las redes principalmente para complementar sus propios recursos limitados (Aldrich y Zimmer, 1986). Las redes de mujeres suelen ser más pequeñas y menos diversas, por lo que poseen menos contactos clave (Brush y Chaganti, 1999).

La agrupación en redes de colaboración genera diferencias en el acceso a los recursos de los emprendedores. Por ejemplo, los emprendedores agroturísticos que participan en asociaciones relacionadas con el negocio tienen un mejor desempeño que los que optan por ofrecer sus productos de forma individual (Che et al., 2005).

Proposición 3: La afiliación a redes de la emprendedora rural se relaciona positivamente con el desempeño de la empresa.

3.4 METODOLOGÍA

Este documento utiliza un diseño de investigación de método mixto; su uso facilita una mayor comprensión de los problemas de investigación y el análisis de los fenómenos complejos (Creswell, 2014).

Debido a que no existe información de la cantidad de mujeres emprendedoras de turismo rural en Costa Rica, la base de datos para esta investigación se creó a partir de un estudio realizado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). El Instituto desarrolló el proyecto *Emprende*, desde octubre de 2012 hasta abril de 2018. Su objetivo era el fortalecimiento de las capacidades empresariales de las mujeres para potenciar su autonomía económica. Esta institución proporcionó un listado de 79 contactos (mujeres) que participaron en el proyecto en el área de turismo rural.

En una primera fase, se utilizó el Manual de Clasificación Geográfica del INEC para determinar si los emprendimientos seleccionados se ubicaban realmente en espacios rurales, ya que no existe una propuesta única a nivel internacional que defina la clasificación urbano-rural (INEC, 2016). Una vez hecha esta clasificación, la lista se redujo a 50 emprendedoras. De estas, se descartaron las que solo tenían una idea de negocio y las empresas inactivas, por lo que quedaron 39 mujeres emprendedoras con un negocio en funcionamiento.

Se solicitó al INAMU la información disponible de la población de estudio (39 emprendedoras) que incluye datos referentes a la edad, nivel educativo, tiempo de operación, nivel de ventas mensuales, capacitación, financiamiento, entre otros. Con esta información se realizó el análisis factorial y de clúster.

En la segunda fase, se realizaron entrevistas individuales que incluyen una combinación de preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas para obtener información más detallada de una muestra del total de las emprendedoras. Se realizó una prueba piloto del cuestionario, durante

una feria de emprendimiento realizada el 14 de febrero de 2018, en el Parque Recaredo Briceño, en el cantón de Nicoya, en Guanacaste. Se entrevistó a 3 emprendedoras. Posteriormente, con base en estas entrevistas, se eliminaron ítems repetidos y se modificó la redacción de algunas preguntas para mejorar su comprensión.

Para realizar las entrevistas individuales, del listado de 39 mujeres proporcionado por el INAMU, se seleccionó al azar a 20 empresarias. Sin embargo, por motivos diversos (cancelaciones, ausencias, etc.), no fue posible realizar todas las entrevistas, por lo que se utilizó una muestra no probabilística de 13 empresarias que accedieron a participar. Se les visitó en su lugar de residencia o empresa, entre los meses de marzo y abril de 2018. Las entrevistas realizadas por una de las autoras tuvieron una duración de 30 a 40 minutos cada una. Posteriormente, se realizó una transcripción de las entrevistas y se construyó una base de datos utilizando el software SPSS. La información obtenida en esta fase se utilizó para completar las preguntas no respondidas por las empresarias en los datos proporcionados por el INAMU. Los nombres de las entrevistadas fueron reemplazados por un código de identificación (E1 a E13) para garantizar su anonimato. Esta información se utilizó para complementar el análisis cualitativo de los clústeres.

3.4.1 Variables

La variable dependiente en este estudio es el desempeño de la empresa, mientras que las variables independientes incluyen la financiación (medida con sí, no o no responde), la formación [medida con sí, no o no responde] y la afiliación a redes (se pregunta si la emprendedora opera de forma individual o grupal [sociedad, asociación o cooperativa]).

La educación se midió preguntando el máximo nivel educativo obtenido, las opciones de respuesta fueron 0=ninguno, 1=primaria incompleta, 2=primaria completa, 3=secundaria incompleta, 4=secundaria completa, 5=universitaria incompleta, 6= universitaria completa.

La medida de desempeño se basó en los indicadores: ingresos brutos (ventas mensuales) y ganancias, utilizada en varios estudios (Coleman, 2007; Díaz y Jiménez, 2010; Watson, 2003). Los ingresos se midieron según lo informado por las encuestadas en rangos de ventas mensuales de 1=\$0 a \$176, 2=\$177 a \$352, 3=\$353 a \$528, 4=\$529 a \$704, 5=\$705 a \$880, 6=\$881 a \$1320, 7=\$1321 a \$1760, 8=Más de \$1760, 9=No sabe, no responde. Las ganancias se midieron según la percepción de las empresarias en una escala ordinal de 5 puntos de 1=genera para reinvertir y diversificar, 2=genera para subsistir y para vivir, 3=genera para ahorrar y crecer, 4=no genera, 5=no responde.

Las otras variables utilizadas en el análisis factorial se midieron de la siguiente forma: es jefa de hogar (medida con sí, no o no indica), tiene personas a cargo (medida con sí, no o no indica), tiempo de operación (medida con 1=menos de 1 año, 2=de 1 a menos de 3 años, 3=de 3 a menos de 5 años, 4=más de 5 años), tipo de estructura (medida con formal, informal o no indica) y nivel de gastos mensuales (se midieron en rangos de gastos mensuales de 1=\$0 a \$176, 2=\$177 a \$352, 3=\$353 a \$528, 4=\$353 a \$528, 5=\$705 a \$880, 6=\$881 a \$1320, 7=\$1321 a \$1760, 8=Más de \$1760, 9=No sabe, no responde).

3.4.2 Análisis Factorial

El análisis factorial utiliza procedimientos estadísticos para determinar un número mínimo de dimensiones (nuevas variables o factores) subyacentes a un conjunto de información que expliquen un fenómeno social (López Roldán y Fachelli, 2015). Es una técnica de reducción de datos utilizada para identificar grupos homogéneos de variables, independientes unos de otros, que se forman con variables correlacionadas (De la Fuente, 2011b).

Para valorar la bondad de ajuste o adecuación de los datos en un modelo factorial se utiliza la medida de adecuación muestral KMO y la prueba de esfericidad de Barlett.

La medida de adecuación muestral Kaiser Meyer Olkin (KMO) es un índice que comprueba si las correlaciones parciales entre las variables son suficientemente pequeñas. Este índice muestra que es adecuado aplicar el análisis factorial cuando los valores se ubican entre 0,5 y 1 (De la Fuente, 2011b).

La prueba de esfericidad de Barlett “contrasta la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz identidad, en cuyo caso no existirían correlaciones significativas entre las variables” (Pardo y Ruiz, 2002, pág. 427). Si el nivel de significancia es mayor que 0,5 el análisis factorial no se podrá considerar adecuado para explicar los datos.

El método utilizado para la extracción de los factores es de componentes principales. Su objetivo es transformar un conjunto de variables correlacionadas, denominadas originales, en un nuevo conjunto de variables no correlacionadas llamadas componentes principales (Jolliffe y Cadima, 2016).

Este método es considerado un método de reducción porque permite disminuir la dimensión del número de variables originales que se han considerado en un análisis. Las nuevas variables son combinaciones lineales de las anteriores y se van construyendo según el orden de importancia en cuanto a la variabilidad total que recogen de la muestra (López Roldán y Fachelli, 2015).

El análisis de componentes principales se realiza con el fin de que el nuevo conjunto de variables sea pequeño, se pierda la menor cantidad posible de información y la solución obtenida sea interpretable o se utilice como paso previo a otras técnicas (Jolliffe y Cadima, 2016).

Posterior a la extracción de los factores se obtienen las comunalidades reproducidas por la solución factorial. La comunalidad de una variable es “la proporción de su varianza que puede ser explicada por el modelo factorial obtenido” (Pardo y Ruiz, 2002, pág. 421). Es el

grado en que cada ítem se correlaciona con los demás ítems. Entre mayor es la comunalidad, mejor es el resultado obtenido.

Para facilitar la interpretación de las matrices de cargas factoriales resultantes se utiliza la rotación ortogonal Varimax que permite reducir ambigüedades en las cargas factoriales de las variables y hallar una solución más clara. En este método, se minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor lo que hace posible la identificación de una variable con un factor (De la Fuente, 2011b).

La solución factorial se presenta en una matriz de componentes, este nombre se debe al método de extracción utilizado. La matriz rotada presentará juntas a las variables con cargas altas para un mismo factor. Esto indica que cada factor o componente resultante estará altamente correlacionado con un grupo de variables (valores mayores a 0,5 y cercanos a 1 serán significativos). Por lo que se deben examinar las características de las variables de un grupo asociado a un determinado factor para encontrar rasgos comunes (De la Fuente, 2011b; Pérez López, 2004).

3.4.3 Análisis Clúster

El análisis clúster es un conjunto de técnicas multivariantes que se utilizan con el fin de clasificar en grupos homogéneos de conglomerados, a individuos o variables con base en las características similares que poseen (Peña, 2013).

De acuerdo con Pérez López (2004), previo a la realización de un análisis clúster, deben seleccionarse tres aspectos: “las variables relevantes para identificar a los grupos, la elección de la medida de proximidad entre los individuos y la elección del criterio para agrupar individuos en conglomerados” (p. 419).

En nuestro análisis, como medida de proximidad se utilizó la distancia euclídea al cuadrado y como método aglomerativo se eligió el método de Ward. El método de Ward es un

procedimiento jerárquico que une los casos buscando minimizar la varianza dentro de cada grupo y a su vez, maximiza la homogeneidad dentro de los grupos (De La Fuente, 2011a).

Para ilustrar los resultados del análisis se utiliza un dendrograma. Es una representación gráfica con forma de árbol invertido que muestra las agrupaciones y el número de clústeres que contienen todos los individuos o variables analizadas. Los individuos similares se agrupan mediante enlaces cuya posición en el diagrama está determinada por el nivel de similitud o disimilitud entre las variables observadas, que se representa en una de las coordenadas (Pérez López 2004).

3.5 RESULTADOS

Para esta investigación, se adoptó una metodología mixta. En la primera parte del análisis, se utilizó un enfoque cuantitativo. Dada la variedad de información sobre las emprendedoras y su número limitado (39 emprendedoras), se utilizó un análisis factorial para reducir el número de variables que inicialmente se habían considerado y facilitar la interpretación de los resultados. El análisis incluye variables demográficas, sociales, laborales y organizacionales.

Tabla 2

Comunalidades

	Initial	Extraction
Nivel educativo	1,000	,647
Es jefa de hogar	1,000	,809
Tiene personas a cargo	1,000	,723
Individual o grupal	1,000	,692
Tiempo de operación	1,000	,662
Nivel de ventas mensuales	1,000	,771
El negocio genera ganancias	1,000	,738
Ha recibido capacitación	1,000	,833
Ha recibido financiamiento	1,000	,699
Tipo de estructura (formal o informal)	1,000	,694
Nivel de gastos mensuales	1,000	,859

Nota: Método de extracción: análisis de componentes principales.

El estudio de los factores se realizó sobre 11 variables que muestran variabilidad (tabla 2), con el fin de caracterizar a las 39 emprendedoras alrededor de sus características y su relación con el desempeño del negocio. Posteriormente, utilizando los factores obtenidos, se realizó el análisis clúster, para determinar las agrupaciones homogéneas de las emprendedoras. En la segunda parte del análisis, se utilizó un enfoque cualitativo que se fundamentó en el análisis de las entrevistas de campo a las 13 emprendedoras, basado en la agrupación de la etapa anterior.

3.5.1 Análisis Factorial

Con el fin de agrupar y reducir las variables que caracterizan a las emprendedoras y sus empresas, se realizó un análisis factorial. El método de extracción utilizado en el análisis factorial es el de análisis de componentes principales.

Para el análisis se utilizó el programa SPSS; se comprobó que la matriz de Pearson fuera similar en estructura a la de Spearman en el sentido que los coeficientes de correlación fueran representativos en los dos casos, por lo que, el análisis de componentes principales sí es adecuado (ver apéndices 1 y 2). Por otra parte, la prueba de esfericidad de Barlett permite corroborar la existencia de correlación entre las variables, en nuestro caso, muestra un grado de significación de 0,000 adecuado. El valor de KMO es de 0,502 lo que indica que los datos son adecuados a un modelo del análisis factorial (Pérez López, 2004) (ver apéndice 3).

Del análisis se obtienen cinco componentes o factores con valores propios mayores o iguales al valor de las 11 variables iniciales (tabla 3). Estos cinco factores explicaron en conjunto el 73,90% de la varianza total. Además, las similitudes entre las variables y los factores tuvieron valores superiores a 0,51, lo que indica que poseen un alto porcentaje de la variabilidad.

Tabla 3*Matriz de componente rotado*

	Componente				
	1	2	3	4	5
	Desempeño	Responsabilidad en el hogar	Caract. de la empresa	Apoyo emprendedor	Educación
Nivel de gastos mensuales	,806	,264	,327	,069	,164
Nivel de ventas mensuales	,805	-,141	,177	-,079	-,257
El negocio genera ganancias	,692	,398	-,287	,081	,109
Es jefa de hogar	,096	,892	,004	-,065	-,021
Tiene personas a cargo	,148	,767	,315	,092	,074
Individual o grupal	-,043	,243	,775	-,173	,028
Tiempo de operación	,389	-,046	,702	,110	-,061
Ha recibido capacitación	-,019	,111	,166	,888	,073
Ha recibido financiamiento	,060	-,091	-,281	,768	-,135
Tipo de estructura (formal o informal)	-,138	,332	-,076	,110	,739
Nivel educativo	-,118	,357	-,076	,208	-,676

Nota: Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

El primer factor está compuesto por las variables: nivel de gastos mensuales, nivel de ventas mensuales y el negocio genera ganancias. A este factor se le denominó “desempeño”. El segundo factor está conformado por las variables: es jefa de hogar y tiene personas a cargo. A este factor se le llamó “responsabilidades en el hogar”. El tercer factor incluye las variables: individual o grupal y tiempo de operación. Este factor se denominó “características de la empresa”. El cuarto factor se compone de las variables: ha recibido capacitación y ha recibido financiamiento, por lo que se llamó “apoyo emprendedor”. El último factor se llama “educación”, y está integrado por las variables nivel educativo y tipo de estructura.

3.5.2 Análisis Clúster

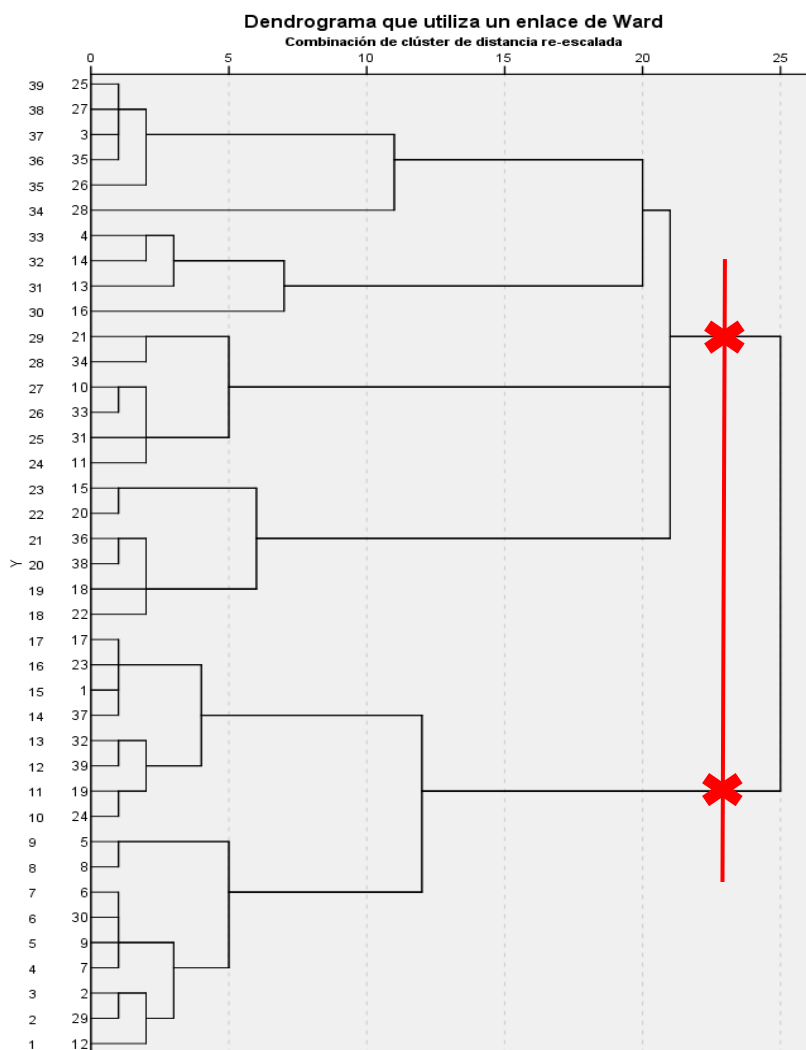
En este apartado, se aborda la aplicación de la metodología de Clúster a la información que se dispone sobre las características de la emprendedora y de la empresa. Para crear los conglomerados se utilizaron las variables resultantes del análisis factorial relacionadas con las características de la emprendedora y de la empresa utilizando la población total de 39

emprendedoras. El análisis de conglomerados reveló la existencia de dos grupos como se puede apreciar en el dendograma (figura 1).

El primer grupo (se observa en la parte baja del dendograma) se compone de 17 emprendedoras (las filas 12, 29, 2, 7, 9, 30, 6, 8, 5, 24, 19, 39, 32, 37, 1, 23, 17). El segundo grupo (se aprecia en la parte alta) está compuesto por 22 emprendedoras (las filas 22, 18, 38, 36, 20, 15, 11, 31, 33, 10, 34, 21, 16, 13, 14, 4, 28, 26, 35, 3, 27, y 25).

Figura 1

Dendograma



Fuente: Elaboración propia utilizando el software SPSS.

3.5.3 Análisis mixto: análisis cualitativo según clústeres

El análisis del perfil de cada grupo (tabla 4) muestra que el primer grupo, con 17 mujeres emprendedoras, se puede etiquetar como “empreendedoras con dificultades”. Las mujeres que pertenecen a este primer colectivo tienen una edad media de 52 años y la mayoría de sus integrantes son agricultoras.

Algunos investigadores consideran que las mujeres que viven en áreas rurales emprenden en una edad considerablemente mayor que la edad normal de integración de una persona en el mercado laboral, debido a que, deben cumplir con su papel de madres y amas de casa (Gidakou, 2015; Ling et al., 2013).

Tabla 4

Perfil de los dos clústeres de mujeres emprendedoras en el área de estudio

Variables utilizadas para la agrupación	Emprendedoras con dificultades	Emprendedoras que prosperan
Nivel de gastos mensuales	\$0-\$176	\$881-\$1320
Nivel de ventas mensuales	\$0-\$176 (29,41%) \$353 a \$528 (29,41%)	\$0-\$176 (18,2%) Más de \$1760 (13,6%)
El negocio genera ganancias	Genera para subsistir y para vivir (58,82%)	Genera para reinvertir y diversificar (22,73%) Genera para subsistir y para vivir (22,73%)
Es jefa de hogar	Sí	Sí
Tiene personas a cargo	Sí	No
Individual o grupal	Individual (88,2%)	Individual (54,5%) Grupal (45,5%)
Tiempo de operación	De 1 a menos de 3 años.	Más de 5 años
Ha recibido capacitación	Sí	No
Ha recibido financiamiento	No	Sí
Tipo de estructura	Informal	Informal
Nivel educativo	Primaria completa	Primaria completa

Fuente: Elaboración propia.

Este grupo se caracteriza por una baja valoración en todos los factores (tabla 5). Presenta un bajo desempeño, con ventas mensuales entre \$0 a \$176 y \$353 a \$528 y gastos mensuales entre \$0 a \$176. Además, las emprendedoras indicaron que apenas generan ganancias para subsistir y para vivir. Este hallazgo es consistente con lo expresado por Cooper et al. (1997) en su estudio, las empresas propiedad de mujeres tienen más probabilidad de sobrevivir que de crecer.

Depende de la temporada, hay temporadas buenas, pero en general los ingresos mensuales van de US\$0 a \$176 (E9).

Tabla 5

Resultados de análisis clúster

Ward Method	REGR factor score 1	REGR factor score 2	REGR factor score 3	REGR factor score 4	REGR factor score 5
1	-,748	-,300	-,499	-,208	-,113
2	,578	,232	,385	,161	,087

Notas: Factor 1 = desempeño, 2 = responsabilidades en el hogar, 3 = características de la empresa, 4 = apoyo recibido, 5 = educación y formalidad.

Las mujeres en el ámbito rural crean negocios de tamaño pequeño que poseen un bajo volumen de ingresos, pero que resultan claves para la supervivencia de la familia (Ballesteros et al., 2014; Koutsou et al., 2009). Un problema que se percibió con algunas de las emprendedoras entrevistadas fue que no mantienen cuentas separadas de sus ingresos y gastos del negocio con los de su vida cotidiana.

Las mujeres que pertenecen a este grupo son jefas de hogar, casadas, que tienen personas mayores y menores de edad a cargo y de 3 a 4 dependientes económicos.

Todo lo administro yo. La finca, el cafetal, el tour, la cabaña, el restaurante. Tomo las decisiones, acepto las sugerencias de mi esposo. Mis hijos e hijas y los abuelos maternos y paternos dependen económicamente de mí y de lo que gana mi esposo (tiene ganado) (E6).

Este hallazgo fue consistente con varios estudios previos que revelaron que las mujeres emprendedoras además de desempeñarse en las actividades de turismo rural se encargan de atender las tareas del hogar y cuidado de la familia (Ahl et al., 2017; Duarte y Pereira, 2018). Asimismo, se debe señalar que, en ocasiones, las tareas ejecutadas en los emprendimientos turísticos rurales femeninos son una extensión de la ocupación de las mujeres en la economía doméstica.

Sus empresas tienen entre 1 a menos de 3 años de operar. Están constituidas individualmente, se ubican en el hogar y predomina la informalidad. Con respecto al lugar donde las emprendedoras operan sus negocios, se encontraron evidencias similares que indican como característica común de las empresas rurales, que el lugar de operación coincide con el lugar de residencia de las mujeres (Gidarakou, 2015; Iakovidou, 2012). Esto se puede atribuir a la habitual búsqueda de las emprendedoras de flexibilidad para encargarse de las labores del hogar y del cuidado de sus hijos o personas a cargo.

En su mayoría estas empresas ofrecen servicios de hospedaje, así como tours locales y fincas integrales. Estos resultados coinciden con quienes señalan que el tipo de actividad característico de las emprendedoras turísticas rurales es la prestación de servicios de alojamiento (Ahl et al., 2017; Perez y Fuller, 2015).

Las emprendedoras que operan informalmente indicaron que se mantienen en esta condición principalmente por la inestabilidad de la actividad.

Vendo queso, natilla y huevos. Hay meses que no llega ningún turista. El turismo no es asiduo. El voluntario es barato. Cobro 3 mil colones el tour. Prácticamente el proyecto no genera ganancias, por lo que no puedo pagar a un contador (E2).

Asimismo, otra de las razones por las que las emprendedoras deciden operar en la informalidad es la burocracia que conlleva iniciar y manejar un negocio, este es un problema importante que enfrentan las mujeres rurales de una edad relativamente alta y con un nivel educativo bajo (Gidarakou, 2015).

Las emprendedoras en este grupo poseen educación primaria completa. Han recibido apoyo en capacitación principalmente por parte del INAMU y del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). En su investigación, Duarte y Pereira (2018) sugieren que el turismo rural es una actividad que promueve la igualdad de género y permite la participación de mujeres con baja educación. A pesar de que la mayoría cuenta con educación formal mínima, el acceso a capacitaciones les enseñó cómo gestionar un negocio.

Tenía la idea y tenía todo, pero faltaba, qué puedo hacer con esto. Pero cuando estudié cambió eso, primero ambiental y organización en el INCAE-CATIE (E12).

La participación en el mercado laboral turístico rural les permite a las empresarias con un bajo nivel de estudios mejorar su calidad de vida a medida que ganan experiencia y mejoran su cualificación profesional a través de las capacitaciones recibidas (Duarte y Pereira, 2018).

Así lo expresaron algunas entrevistadas, quienes señalaron que las capacitaciones recibidas les ayudó a verse como empresarias porque en ocasiones ellas no cobraban por sus productos o servicios.

*En el proyecto **Emprende** comencé a visualizar el concepto de empresa, antes decía: se lo regalo (E1).*

De forma similar, estudios encontraron que las emprendedoras carecían de habilidades profesionales en el área turística, sin embargo, a través de programas de capacitación fueron adquiriendo los conocimientos básicos requeridos para atender este tipo de negocios (Bakas, 2014; Parsheera y Sood, 2011).

Estas mujeres indicaron que al iniciar el negocio no tenían estudios en turismo, pero gracias a las capacitaciones recibidas han ido prosperando y conociendo el funcionamiento del sistema turístico. También les enseñaron sobre la elaboración de productos y temáticas que pueden formar parte de las actividades que ofertan. Es importante mencionar que los talleres a los que asisten, les enseñan a valorarse y las motivan a empoderarse.

*En **COPELDOS** nos dieron capacitación sobre el cuidado del café (E5).*

*El **INAMU** nos enseñó que somos inteligentes. Que no es cierto que las ideas las tienen otros. Que debemos aprender a valorar lo que tenemos y ser cada día mejor (E12).*

En las áreas rurales normalmente predominan las relaciones patriarcales en el trabajo agrícola, la toma de decisiones, la posesión de la tierra, entre otros aspectos (Gidarakou, 2015); lo que se convierte en un impedimento para el desarrollo de los emprendimientos femeninos. Una de las emprendedoras entrevistadas mencionó que al inicio tuvieron problemas para que sus esposos les permitieran desarrollar la actividad turística, sin embargo, posteriormente al

ver los beneficios que la actividad generaba, los hombres las apoyaron y actualmente colaboran.

Estudié derecho de igualdad, de oportunidad, capacitaciones de INAMU para poder enfrentar a los hombres. Después ellos aceptaron, primeramente, mi esposo. Yo soy la fundadora e impulsé a las otras mujeres (E12).

Estas empresarias no recurrieron a préstamos para emprender, por el contrario, utilizaron sus ahorros propios.

Tenía hijos pequeños y necesitábamos como salir adelante, buscar otra manera de sobrevivir. Después del terremoto, nos botó la casa, perdimos todo. Quedamos en la calle. Me fui a trabajar en la bananera, ahorraba todo lo que se podía, mi esposo se quedó construyendo otra casita y mis hijos estaban en el colegio. Ahorramos lo más que se podía para volver a empezar a comprar todo. Gandoca tiene mucho que ofrecer y está como virgen, no se ha aprovechado todo (E9).

Otras empresarias señalaron que recibieron apoyo de su familia.

Los hijos me dieron el dinero para construir la cocina. Y a puros poquitos. A veces mi hijo gemelo me viene a ayudar, mis hijas, hasta los yernos. No se puede, si compra material no alcanza para pagar mano de obra, si no es con apoyo familiar es imposible (E5).

Las razones que expresaron les dificultan el acceso a créditos bancarios son lo complicado de los requerimientos que solicitan, en ocasiones no cuentan con bienes que sirvan de garantía, la estacionalidad de la actividad y la desconfianza de tener que poner como garantía lo poco que tienen.

No busco financiamiento por desconfianza porque me piden papeles del terreno. No dependo del banco, de préstamos ni de socios (E7).

Estos resultados coinciden con lo expresado por varios autores, las mujeres generalmente utilizan sus ahorros personales o recurren al entorno familiar para sacar adelante sus emprendimientos, ya que los préstamos bancarios, por lo general, requieren garantías de propiedad y las mujeres no desean arriesgarse a depender de las instituciones financieras o a poner en peligro la propiedad familiar en caso de quiebra (Bock, 2004; Gidarakou, 2015).

Un obstáculo a que se enfrentan estas emprendedoras cada año es la estacionalidad del turismo, debido a que hay meses en que la visitación baja hasta el punto de que no reciben ningún turista.

El negocio es rentable en temporada alta de diciembre a Semana Santa (E7).

Esta problemática ha sido abordada ampliamente por la literatura turística, debido a su efecto disruptivo en la actividad económica de las emprendedoras rurales, que como consecuencia limita el crecimiento de las empresas (Andriotis, 2005; Brunet y Alarcón, 2007).

Algunas empresarias expresaron que, debido al aumento de la competencia, en los últimos años han perdido a las compañías que habitualmente eran sus proveedoras de clientes.

Antes trabajaba con Mambo Tours, suplía a otros Ahora mandan gente a otros lugares (E7).

El grupo 2 está compuesto por 22 mujeres emprendedoras. La edad promedio de estas emprendedoras es 46 años. A pesar de no poseer estudios formales reconocen como su profesión, ser empresarias. Se nombró a este grupo “empreendedoras que prosperan”.

Iniciamos por el deseo de superar una comunidad. Las necesidades nos instan a pensar qué más hacer. En la comunidad no hay empleo (E3).

Este colectivo se destaca por presentar valores positivos, más altos en todos los factores (tabla 4). Se caracteriza por tener un mejor desempeño, registrar ingresos mensuales entre \$0 a \$176 y algunas veces, de más de \$1760 y generar ganancias para reinvertir y diversificar o para subsistir y vivir. Además, las mujeres indicaron que sus gastos mensuales están entre \$881 a \$1320.

Las mujeres crean empresas pequeñas que generan ventas mensuales más bajas debido a que son más cautelosas cuando asumen riesgos (Gidakou, 2015). Una de las entrevistadas expresa que cuando obtienen más ingresos los utilizan para reinvertir en el negocio.

Y tuvimos que aprender duro para poder atender al turismo y poder usar el ingreso que entraba para mantención de la iguana, hasta que pudimos conseguir un poquito más para pagarle a alguien que nos ayudara en ese tiempo a mantener las iguanitas (E11).

La mayoría de las mujeres en las zonas rurales conviven con su pareja (Ballesteros et al., 2014). Las emprendedoras de este grupo son jefas de hogar, casadas, que no tienen personas a cargo, sin embargo, de 1 a 2 personas dependen económicamente de ellas. Así lo expresó una de las entrevistadas:

Mis padres dependen económicamente de mí. (E10).

Sus empresas se caracterizan por tener más de 5 años de antigüedad, ubicarse en el hogar y operar informalmente. Ofrecen principalmente servicios de hospedaje, así como tours locales, fincas integrales y comidas típicas. Esto coincide con estudios que destacan el predominio de pequeñas empresas turísticas rurales femeninas en el sector alojamiento y restauración (Getz y Carlsen, 2005; Jaafar et al., 2015).

El 46% de los emprendimientos en este clúster está conformado grupalmente (como sociedad, asociación o cooperativa) y el resto trabaja individualmente.

Éramos 15 mujeres de la comunidad. Tres instructoras que explicaban cómo hacer cocinas y cómo se usan. Tres o cuatro personas de la comunidad que apoyaban. Una enseñaba nutrición, comida sana con menos grasa, cómo proteger el ambiente, ventajas de la energía solar, autoestima, derechos de la mujer (E13).

De acuerdo con una investigación realizada en Grecia, las cooperativas de mujeres muestran gran potencial como una forma colectiva de emprendimiento femenino en las áreas turísticas rurales que impulsa el espíritu empresarial (Gidakou (2015). Se afirma que, “el emprendimiento grupal proporciona una gama de habilidades, la posibilidad de un equipo de gestión equilibrado, fortalezas combinadas y apoyo psicológico” (Koutsou et al., 2012, p.194).

Por otro lado, los vínculos que mantienen con las universidades nacionales y extranjeras, les permite tener un flujo de turistas constante.

Un grupo de estudiantes de la Universidad de Michigan nos visita 3 veces al año. Se hospedan en casas de asociados. Les vendemos el almuerzo (E10).

Las emprendedoras que operan informalmente indicaron que se mantienen en esta condición principalmente por la inestabilidad de la actividad.

Tengo como 5 años, que recibo poco, ha bajado, el negocio sobrevive a voluntad de los dioses. Cuando comencé tenía muchos clientes. En el día tenía 10 u 11. En el mes tenía 30 personas o más. Las escuelas a veces visitan. Hay turistas de bares. Hay meses que no llega nadie. Vivo del ahorro que dejó los años atrás. A veces no tenemos cómo comprar el alimento y tuvimos que liberar muchas iguanas. Ahora tenemos 80 pequeños (E11).

Esta misma situación se identificó en un estudio realizado en Brasil, que postula que su formalización contribuiría al fortalecimiento de las empresas y al fomento de un turismo sostenible (Schmidt et al., 2016).

La mayoría de las emprendedoras no recibió apoyo en capacitación, únicamente poseen educación primaria completa.

Así fue como nosotras empezamos cambiando la finca de iguanas que era un proyecto para la comunidad, para familia y no con fines de turismo, pero como todas las familias

que se habían anotado se retiraron, solo quedó mi familia, entonces nosotros lo tomamos, dijimos, no lo vamos a dejar caer, entonces así fue como empezamos trabajando sin un colón y viendo lo poquito que encontrábamos y aprendiendo y conociendo porque “E11” padece de fobia, me da miedo la gente y hablar (E11).

Estos resultados son consistentes con investigaciones en Grecia e India, donde se identifica que las emprendedoras poseen un bajo nivel educativo, una baja experiencia administrativa y que existe una falta de programas de capacitación útiles (Bharathi y Reddy, 2013; Gidakou, 2015).

Estas empresarias recibieron financiamiento, procedente principalmente de donaciones. Algunas mencionaron que obtuvieron financiación del Fondo de Fomento para Actividades Productivas y de Organización de las Mujeres (FOMUJERES), que es un fondo no reembolsable que otorga el INAMU para financiar proyectos de actividades productivas dirigidas por mujeres. Esto puede explicar que hayan logrado establecerse y sobrevivir más de tres años.

Cuando nosotros comenzamos nos financiaron todo, biólogo y todo. Los territorios indígenas no pueden decir que los proyectos los financiamos nosotros mismos. Vino financiado por los noruegos dando todo por 4 años (E11).

En el caso de las mujeres emprendedoras que viven en una reserva indígena, indicaron que el problema para el acceso a financiación es que los bancos no prestan a indígenas.

Un obstáculo a que se enfrentan estas emprendedoras cada año es la estacionalidad del turismo, debido a que hay meses en que la visitación baja hasta el punto de que no reciben ningún turista.

Cuando no tenemos visitas no tenemos ingresos. Los meses más visitados son los de la Estación Seca, de diciembre a marzo (E3).

Algunos autores reconocen que la temporada de visitación en el turismo rural es corta, por lo que se deben generar ingresos en un periodo de tiempo reducido y afrontar la baja en la llegada de turistas con actividades alternativas (Radović y Radović-Marković, 2016; Roberts y Hall, 2001).

3.6 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Esta investigación contribuye al conocimiento de las mujeres emprendedoras y las MIPYMES en turismo rural en Costa Rica. El análisis examina las relaciones entre el acceso a las finanzas, la formación y la afiliación a redes de mujeres emprendedoras y el desempeño de sus empresas. Es de especial relevancia destacar la aportación de esta investigación a un campo muy poco estudiado como son las emprendedoras rurales, en el que tradicionalmente el acceso a la información ha sido muy limitado.

Se utilizó un enfoque de método mixto. Primero, se llevó a cabo un análisis factorial seguido de un análisis de conglomerados utilizando las respuestas y características de las empresarias rurales. Durante este proceso, se definieron dos grupos de mujeres empresarias de acuerdo con características comunes compartidas. Estos grupos fueron llamados: mujeres emprendedoras que prosperan y emprendedoras con dificultades.

La primera proposición predice que el acceso a la financiación se relaciona positivamente con el desempeño de la empresa. Sin embargo, dada la agrupación de empresarias, no podemos confirmar esta proposición para todos los grupos. Las emprendedoras turísticas rurales cuyas empresas recibieron financiación, tienen cifras de negocios más altas y reportaron obtener ganancias para subsistir y diversificar. Contrariamente, las mujeres que usaron sus ahorros u obtuvieron apoyo familiar para constituir la empresa, tuvieron ventas bajas y apenas generaron ganancias para subsistir y vivir.

Uno de los aspectos a destacar en este punto es que las emprendedoras que recibieron donaciones por parte de políticas públicas no reportaron obtener altas cifras de ganancias que les permitiera ahorrar. Esto nos lleva a pensar que realmente las emprendedoras que reciben grandes donaciones necesitan de otros “recursos” para que sus empresas funcionen. La provisión de donaciones, únicamente, no genera todo el retorno que se pudiera esperar.

La segunda proposición predice que el acceso a formación de la emprendedora rural se relaciona positivamente con el desempeño de la empresa. En este caso, no podemos afirmar que la formación es un factor determinante para el éxito empresarial de estas micro y pequeñas empresas costarricenses, ya que en ambos grupos la mayoría de las mujeres únicamente tienen educación primaria. Los resultados muestran que las emprendedoras con dificultades, que recibieron capacitación, consiguieron ventas bajas y ganancias para subsistir y vivir. Es interesante resaltar que, el grupo de las emprendedoras relativamente más jóvenes, parecen prosperar, a pesar de que indicaron no recibir capacitación, tuvieron ventas más altas y sus empresas generaron ganancias para subsistir y diversificar.

La tercera proposición predice que la afiliación a redes de la emprendedora rural se relaciona positivamente con el desempeño de la empresa. Se encontró que sí se puede confirmar que la afiliación a redes puede contribuir a mejorar el desempeño de las micro y pequeñas

empresas. Los resultados revelan que las emprendedoras cuyas empresas están conformadas como una sociedad, una asociación o una cooperativa turística, tuvieron ventas más altas y generaron ganancias para subsistir y diversificar.

El presente trabajo es una primera aproximación a la realidad de las mujeres emprendedoras costarricenses en la actividad turística rural. De alguna manera, los resultados de la investigación ponen de manifiesto la importancia del apoyo familiar y la afiliación a redes como elementos esenciales para el desarrollo de empresas exitosas. La familia y estas organizaciones proporcionan un elemento esencial para el éxito de las emprendedoras: el acceso a financiación.

Las implicaciones de la investigación para las políticas públicas son clave para el desarrollo del emprendimiento rural en Costa Rica. Los resultados revelan cómo el éxito empresarial está esencialmente determinado por el acceso a la financiación. El enfoque tradicional para apoyar a las mujeres emprendedoras se ha puesto en proporcionar capacitación en negocios y gestión. Sin embargo, esta capacitación por sí sola no brinda muchos beneficios a las emprendedoras. Es esencial proporcionarles fondos, simplificar el proceso de acceso al crédito y de registro de la empresa, para que ésta se mueva. De esta manera, una vez que se otorga el acceso a las finanzas, la capacitación y el acceso a las redes, en forma de asociaciones, podrían impulsar a estas empresas a crecer y mejorar su desempeño.

Esta investigación es una primera aproximación para estudiar la realidad de las mujeres emprendedoras que participan en la actividad de turismo rural en Costa Rica, permitiendo comprender las características de las empresarias, sus empresas y su desempeño, como una herramienta para impulsar el empoderamiento de las mujeres, reducir la pobreza, fortalecer la cultura local, reducir el desempleo y diversificar la economía de las comunidades.

Sin embargo, esta investigación no viene sin limitaciones que eventualmente podrían convertirse en futuras vías de investigación. Primero, el tamaño de la muestra es pequeño, aunque ofrezca un gran detalle por parte de cada una de las emprendedoras. Un análisis con una muestra más amplia ayudaría al desarrollo del conocimiento más exhaustivo de cada uno de los elementos que afectan al emprendimiento femenino rural.

Segundo, algunas de las emprendedoras, especialmente las que operan en la informalidad, muestran desconfianza en brindar datos de la empresa, lo que pudo limitar el acceso a información en algunos casos.

Tercero, esta investigación se centra en la Teoría de los Recursos, especialmente en la financiación, la formación y la afiliación a redes, pero futuras investigaciones podrían estudiar otros factores que influyen en el desempeño de la empresa, tales como su ubicación, o los diferentes niveles de formalización.

Cuarto, uno de los elementos subyacentes es la relevancia del asociacionismo entre las emprendedoras rurales y su papel en el crecimiento de sus empresas. Futuras investigaciones podrían profundizar en el análisis de los beneficios de la asociatividad para las mujeres emprendedoras en el sector turístico rural.

Finalmente, debido a que el acceso a la financiación es un elemento clave de desarrollo y éxito de las emprendedoras rurales costarricenses, futuras investigaciones podrían analizar la situación actual y los beneficios del acceso a microcréditos por parte de estas emprendedoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ahl, H., Berglund, K., Pettersson, K., Sköld, B., y Tillmar, M. (2017, 15-17 de Noviembre).

Entrepreneurship in rural areas: The role of women? [ponencia]. Conferencia RENT,

Lund,

Sweden.

https://eprints.lancs.ac.uk/id/eprint/127244/1/RENT_E_ship_in_rural_areas_the_role_of_women.pdf

Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship Through Social Networks. En D. Sexton y R. Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 3–23). Ballinger, New York.

https://www.researchgate.net/publication/291165757_Entrepreneurship_Through_Social_Networks

Amit, R. y Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33-46. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140105>

Andriotis, K. (2005). Seasonality in Crete: problem or a way of life? *Tourism Economics*, 11(2), 207-224. <https://doi.org/10.5367/0000000054183478>

Anríquez, G. (2011). *The State of food and agriculture. Women in agriculture. Closing the gender gap for development 2010-11*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-i2050e.pdf>

Bakas, F. E. (2014). *Tourism, female entrepreneurship and gender: crafting new economic realities in rural Greece* [Doctoral dissertation]. University of Otago. <https://ourarchive.otago.ac.nz/bitstream/handle/10523/5381/BakasFionaE2014PhD.pdf?sequence=1>

Ballesteros, P. T., Romero, P. A., y Serrano, L. G. (2014). Emprendimiento de la mujer en el ámbito rural: el turismo como motor de desarrollo. *Esic market*, 45(3), 553-604. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4939505>

Banco Central de Costa Rica. (2018). *Personas en la actividad turística*. Cuenta Satélite de Turismo. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>

- Barbieri, C. y Mshenga, P. (2008). The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms. *Sociologia Ruralis*, 48(2), 166-183. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00450.x>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bharathi, G. V. y Reddy, P. H. (2013). A study on rural women entrepreneurship in Vempalli Mandal, Kadapa District, A.P. India. *African Journal of Hospitality Tourism and Leisure*, 2(3). https://www.researchgate.net/publication/329963916_A_study_on_rural_women_entrepreneurship_in_Vempalli_Mandal_Kadapa_District_AP_India
- Bock, B.B. (2004). Fitting in and Multi-tasking: Dutch Farm Women's Strategies in Rural Entrepreneurship. *Sociologia Ruralis*, 44(3), 245–260. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00274.x>
- Bowale, E.K., Longe, J.B. y Suaibu, O. (2014). Role of female entrepreneurs in poverty alleviation in rural communities: The case of Akoko north-east local government area in Ondo state, Nigeria. En Primorac, D., y Jovancai, A. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 133-150. <http://eprints.ugd.edu.mk/10875/1/The%20macroeconomic%20effects%20of%20remittances%20in%20southeast%20Europe.pdf#page=142>
- Brenes L., Hernández, V., Bermúdez, L. y Gómez, A. (2017). *Estado de situación de las PYME en Costa Rica 2016*. San José, Costa Rica: MEIC. <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/pyme/2017/informe.pdf>

- Brunet, I. y Alarcón, A. (2007). Mujeres emprendedoras en el marco del turismo rural. *Revista de Gestión Pública y Privada*, 12, 53-74.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3073067>
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5–30.
<https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Brush, C. G. y Chaganti, R. (1999). Businesses without glamour? an analysis of resources on performance by size and age in small service and retail firms. *Journal of Business Venturing*, 14(3), 233-257. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00103-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00103-1)
- Burgos, A. y Mertens, F. (2016). As redes de colaboraçã no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participative. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 18-27.
<http://dx.doi.org/10.18089/tms.2016.12203>
- Calderón, E. G. (2017). Turismo rural comunitario, agricultura familiar y desarrollo rural. Análisis de algunas experiencias en las áreas rurales de Costa Rica. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 247, 15–58.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6049811>
- Cardín, M. y Álvarez, C.J. (2007, 26-28 de septiembre). *El Turismo Rural Comunitario en Costa Rica*. Actas XI Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos, Lugo.
https://www.aepro.com/files/congresos/2007lugo/ciip07_1658_1666.340.pdf
- Carro, R. y González, D. (2012). *Productividad y Competitividad* [Recurso de Aprendizaje].
http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Caves, R. (1980). Industrial Organization, Corporate Strategy and Structure. *Journal of Economic Literature*, 18(1), 64-92. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7138-8_16

- Chavarría, C. R. (2009). *Estudio sobre turismo rural en Costa Rica* [Documento de trabajo]. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <http://legacy.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Documentos/Agroturismo/Forms/AllItems.aspx>
- Che, D., Veeck, A. y Veeck, G. (2005). Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations. *Agriculture and Human Values*, 22, 225-234. <https://doi.org/10.1007/s10460-004-8282-0>
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120. <https://www.jstor.org/stable/2780243>
- Coleman, S. (2002). Characteristics and Borrowing Behavior of Small, Women-Owned Firms: Evidence from the 1998 Survey of Small Business Finances. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 14(2), 151-166. <https://search.proquest.com/docview/214233196?accountid=14475>
- Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303-319. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2007.00214.x>
- Colin, F.L. y Aldekozea, I. (2004). *Sistematización de la experiencia del ecoturismo comunal como una alternativa económica para la protección del suelo, agua, aire y la biodiversidad en la microcuenca de Quebrada Arroyo, Savegre*. San José: Programa de Pequeñas Donaciones, PNUD. Recuperado de http://alboan.efaber.net/ebooks/0000/0710/6_PNU_SIS_2.pdf
- Cooper, A., Gimeno Gascón, F. y Woo, C. (1997). Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance. *The Journal of Private Equity*, 1(2), 13-30. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90013-2)

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.

De La Fuente, S. (2011a). *Análisis de conglomerados*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid.
<http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/SEGMENTACION/CONGLOMERADOS/conglomerados.pdf>

De La Fuente, S. (2011b). *Análisis factorial*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid.
<http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/MULTIVARIANTE/FACTORIAL/analisis-factorial.pdf>

De Vita, L., Mari, M. y Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>

Debrah, Y. A. (2007). Promoting the informal sector as a source of gainful employment in developing countries: insights from Ghana. *International Journal of Human Resource Management*, 18(6), 1063–1084. <https://doi.org/10.1080/09585190701321716>

Demirgüç-Kunt, A., Beck, T. y Honohan, P. (2008). *Finance for All? Policies and Pitfalls in Expanding Access*. Washington, DC.: World Bank.
<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/6905>

Díaz, M. C. y Jiménez, J. J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: Nuevas perspectivas del efecto género. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 13(42), 151-175. [https://doi.org/10.1016/S1138-5758\(10\)70006-2](https://doi.org/10.1016/S1138-5758(10)70006-2)

- Duarte, C. D. y Pereira, J. A. D. (2018). The role of women in rural tourism: a study in the Planaltina's Rajadinha circuit-Federal Districts. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(3), 81-102. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v12i3.1446>
- Fabowale, L., Orser, B. y Riding, A. (1995). Gender, Structural Factors, and Credit Terms Between Canadian Small Businesses and Financial Institutions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4), 41–65. <https://doi.org/10.1177/104225879501900404>
- Ferguson, L. (2010). Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (111), 123-133. Recuperado de https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/PDF%20Papeles/111/turismo_igualdad_de_genero_y_empoderamiento_mujeres_Centroamerica_L_FERGUSON.pdf
- Fletschner, D., Anderson, C.L. y Cullen, A. (2010). Are women as likely to take risks and compete? Behavioural findings from central Vietnam. *The Journal of Development Studies*, 46(8), 1459-1479. <https://doi.org/10.1080/00220381003706510>
- Fuentes, F. J. y Sánchez, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios De Economía Aplicada*, 28(3), 696-696. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3388507>
- Getz, D. y Carlsen, J. (2005). Family business in tourism: State of the art. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 237–258. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.006>
- Gidarakou, I. (2015). Women's Entrepreneurship in Rural Greece. *International Journal of Business and Management*, 10(10), 129-142. <https://doi.org/10.1080/13608740903037968>

- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
<https://doi.org/10.2307/41166664>
- Hall, R. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 13(2), 135-144. <https://doi.org/10.1002/smj.4250130205>
- Hallak, R., Assaker, G. y Lee, C. (2015). Tourism entrepreneurship performance: The effects of place identity, self-efficacy, and gender. *Journal of Travel Research*, 54(1), 36-51.
<https://doi.org/10.1177/0047287513513170>
- Henry, C., Foss, L. y Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: a review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.
<https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Hernández, V., Madrigal, J., Rodríguez, J. A. y Brenes, L. (2008). *Hacia el estado de las MIPYMES: Primer diagnóstico nacional de MIPYMES*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. <http://omipymes.uned.ac.cr/wp-content/uploads/2013/12/Cuadernillo-1-Primer-Diagnostico-Nacional-de-MIPYMES.pdf>
- Hill, C. W. L. y Jones, G. R. (2005). *Administración estratégica: Un enfoque integrado*. McGraw-Hill.
- Honig, B. (1998). What determines success? examining the human, financial, and social capital of jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13(5), 371-394.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00036-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00036-0)
- Iakovidou, O., Koutsou, S., Partalidou, M. y Emmanouilidou, M. (2012). Women entrepreneurs in rural Greece: do they come from the same “neck of the woods”? Locals, daughters-in-law and urban-newcomers. *New Medit*, 11(2), 57-64.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3987626>

- Instituto Costarricense de Turismo. (2009). *Anuario estadístico de turismo 2008*. Unidad de Administración de la Información. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/informes-estad%C3%ADsticos/anuarios/2005-2015/471-2008/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2018a). *Anuario estadístico de turismo 2017*. Unidad de Administración de la Información. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/informes-estad%C3%ADsticos/anuarios/2005-2015/1103-2017-1/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2018b). *Divisas por concepto de turismo*. Planeamiento y Desarrollo Turístico. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-econ%C3%B3micas/costa-rica/960-divisas-por-concepto-de-turismo/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2018c). *Principales actividades realizadas por los turistas*. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/actividades-realizadas/1115-2013-2017.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2016). *Manual de Clasificación Geográfica con Fines Estadísticos de Costa Rica*. <http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/meinstitucionalmcgfeqr.pdf>
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. y Lonik, K. (2015). Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. *Tourism Management Perspectives*, (14), 17-24. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.02.001>

- Jóhannesson, G. P., Skaptadóttir U. D. y Benediktsson K. (2003). Coping with social capital? The cultural economy of tourism. *Sociologia Ruralis*, 43(1), 13–16. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00226>
- Jolliffe I. T y Cadima, J. (2016). Principal component analysis: a review and recent developments. *Phil. Trans. R. Soc. A*, 374: 20150202. <http://dx.doi.org/10.1098/rsta.2015.0202>
- Knickel, K. y Renting, H. (2000). Methodological and conceptual issues in the study of multifunctionality and rural development. *Sociologia ruralis*, 40(4), 512-528. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00164>
- Koutsou, S., Notta, O., Samathrakakis, V. y Partalidou, M. (2009). Women's entrepreneurship and rural tourism in Greece: Private enterprises and cooperatives. *South European Society and Politics*, 14(2), 191-209. <https://doi.org/10.1080/13608740903037968>
- Lebendiker, M., Herrera, R. y Velásquez, G. (2015). *Reporte Nacional 2014: la situación del emprendimiento en Costa Rica, una perspectiva local sobre emprendimientos, retos y crecimientos en Costa Rica*. Asociación Incubadora Parquetec. <https://www.gemconsortium.org/country-profile/53>
- Lerner, M. y Haber, S. (2001). Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship, and the environment. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 77-100. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00038-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00038-5)
- Ling, R. S. J., Wu, B., Park, J., Shu, H. y Morrison, A. M. (2013). Women's role in sustaining villages and rural tourism in China. *Annals of Tourism Research*, 43, 634–638. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.07.009>
- López Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona. <http://ddd.uab.cat/record/129382>

- Meyer, N. y Mostert, C. (2016). Perceived barriers and success factors of female entrepreneurs enrolled in an entrepreneurial programme. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, (8)1, 48-66. <http://repository.nwu.ac.za/handle/10394/24513>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas*. [10.18111/9789284419937](https://doi.org/10.18111/9789284419937)
- Pardo, A. y Ruiz, M. A. *Análisis factorial: El procedimiento de análisis factorial. SPSS, 10*. 419-459.
https://www.academia.edu/9752939/Cap%C3%ADtulo_20_An%C3%A1lisis_factorial_1_El_procedimiento_An%C3%A1lisis_factorial?auto=download
- Parsheera, C. M., y Sood, J. (2011). Participation of women in rural tourism in Kullu, HP. *Tourism Development Journal*, 9(1), 102-111.
[https://www.academia.edu/2069448/Parsheera_C.M. and Sood J. 2011 . Participation of women in rural tourism in Kullu HP. Tourism Development Journal 9 1 102-111](https://www.academia.edu/2069448/Parsheera_C.M._and_Sood_J._2011_.Participation_of_women_in_rural_tourism_in_Kullu_HP._Tourism_Development_Journal_9_1_102-111)
- Pena, I. (2002). Intellectual capital and business start-up success. *Journal of Intellectual Capital*, 1. 3(2), 180-198. <https://doi.org/10.1108/14691930210424761>
- Peña, D. (2013). *Análisis de datos multivariantes*. McGraw-Hill.
<https://elibro.net.una.remotexs.co/es/lc/unacr/titulos/50267>
- Pérez, B. y Fuller, N. (2015). Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, (31), 95-119. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5590153>
- Pérez López, C. (2004). *Técnicas de análisis multivariante de datos: aplicaciones con SPSS*. Pearson Educación. <https://elibro.net.una.remotexs.co/es/lc/unacr/titulos/45315>

- Powers, J. y Magnoni, B. (2010). *Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe*. <https://publications.iadb.org/en/publication/13690/duena-de-tu-propia-empresa-identificacion-analisis-y-superacion-de-las>
- Priem, R. L. y Butler, J. E. (2001). Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? *Academy of Management Review*, 26(1), 22-40. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011928>
- Radović, G. y Radović-Marković, M. (2016). Significance of rural tourism for female entrepreneurship development in the Republic of Serbia. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, (3-4), 3-19. <https://www.library.iien.bg.ac.rs/index.php/jwee/article/view/260>
- Ramírez, L. (2010). *La informalidad y semiformalidad empresarial en Costa Rica: Un acercamiento desde la mirada de personas expertas*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. <http://investiga.uned.ac.cr/omipymes/wp-content/uploads/2013/12/Cuadernillo-5-Informalidad-y-semiformalidad-en-Costa-Rica.pdf>
- Roberts, L. y Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: principles to Practise*. CABI Publishing.
- Saffu, K., Apori, S.O., Elijah-Mensah, A. y Ahumatah, J. (2008). The contribution of human capital and resource-based view to small- and medium-sized tourism venture performance in Ghana. *International Journal of Emerging Markets*, 3(3), 268-284. <https://doi.org/10.1108/17468800810883684>
- Schmidt, C., Tomio, M., Demko Alves, J.K. y Rossi, F. (2016). O empreendedorismo coletivo no contexto do turismo rural sustentável: Uma experiência do Sul do

Brasil. *Pasos*, 14(5), 1161-1174.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5685772>

Shaw, E., Marlow, S., Lam, W. y Carter, S. (2009). Gender and entrepreneurial capital: Implications for firm performance. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 25-41. <https://doi.org/10.1108/17566260910942327>

SOFA Team. (2011). *Gender differences in assets* [Working paper No. 11-12]. Agricultural Development Economics Division, FAO. <http://www.fao.org/3/a-am317e.pdf>

Solano Pachecho, L. (2006). Turismo Rural Comunitario en Costa Rica. *Ambientico*, (150), 9-13. [Recuperado de http://www.ambientico.una.ac.cr/pdfs/ambientico/150.pdf](http://www.ambientico.una.ac.cr/pdfs/ambientico/150.pdf)

Teece, D. J., Pisano, G. y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*. 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)

Tigges, L. M., y Green, G. P. (1994). Small business success among men- and women-owned firms in rural areas. *Rural Sociology*, 59(2), 289-310. <https://doi.org/10.1111/j.1549-0831.1994.tb00534.x>

Tiwari, N. y Goel, G. (2017). Success factors of women owned micro and small enterprises in India. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 31(4), 590–608. [10.1504/IJESB.2017.085424](https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.085424)

Watson, J. (2003). Failure Rates for Female-Controlled Businesses: Are They Any Different? *Journal of Small Business Management*, 41(3), 262–277. <https://doi.org/10.1111/1540-627X.00081>

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. www.jstor.org/stable/2486175

World Bank. (2012). *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*.

<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/4391>

Tesis doctoral: La mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica – Merlyn Gutiérrez Cruz

		Nivel educativo	Es jefa de hogar	Tiene personas a cargo	Individual o grupal	Tipo de estructura	Tiempo de operación	Nivel de ventas mensuales	Nivel de gastos mensuales	El negocio genera ganancias	Ha recibido capacitación o asesoría	Ha recibido financiamiento
Nivel de ventas mensuales	Correlación de Pearson	-0,029	0,051	0,028	0,102	-0,295	.324*	1	.585**	0,266	-0,041	0,001
	Sig. (bilateral)	0,863	0,759	0,867	0,535	0,068	0,044		0,000	0,101	0,805	0,996
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Nivel de gastos mensuales	Correlación de Pearson	-0,087	0,280	.435**	0,263	0,062	.446**	.585**	1	.529**	0,166	-0,074
	Sig. (bilateral)	0,597	0,085	0,006	0,105	0,707	0,004	0,000		0,001	0,312	0,654
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
El negocio genera ganancias	Correlación de Pearson	0,141	0,285	0,241	-0,052	0,184	0,153	0,266	.529**	1	0,034	0,106
	Sig. (bilateral)	0,393	0,078	0,139	0,753	0,261	0,352	0,101	0,001		0,837	0,521
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Ha recibido capacitación o asesoría	Correlación de Pearson	0,155	0,048	0,217	-0,047	0,132	0,104	-0,041	0,166	0,034	1	.440**
	Sig. (bilateral)	0,346	0,771	0,184	0,777	0,422	0,527	0,805	0,312	0,837		0,005
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Ha recibido financiamiento	Correlación de Pearson	0,084	-0,038	-0,053	-0,228	-0,089	-0,118	0,001	-0,074	0,106	.440**	1
	Sig. (bilateral)	0,612	0,818	0,748	0,163	0,592	0,473	0,996	0,654	0,521	0,005	
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Apéndice 2

Matriz de correlaciones de Spearman

		Nivel educativo	Es jefa de hogar	Tiene personas a cargo	Individual o grupal	Tipo de estructura	Tiempo de operación	Nivel de ventas mensuales	Nivel de gastos mensuales	El negocio genera ganancias	Ha recibido capacitación o asesoría	Ha recibido financiamiento
Nivel educativo	Coefficiente de correlación	1,000	0,106	0,005	0,026	-0,057	0,107	0,008	0,019	0,178	0,195	0,071
	Sig. (bilateral)		0,520	0,976	0,877	0,731	0,516	0,961	0,908	0,279	0,235	0,668
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Es jefa de hogar	Coefficiente de correlación	0,106	1,000	.645**	0,259	0,168	-0,030	0,007	0,238	0,176	0,026	-0,058
	Sig. (bilateral)	0,520		0,000	0,111	0,307	0,854	0,966	0,144	0,284	0,876	0,724
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Tiene personas a cargo	Coefficiente de correlación	0,005	.645**	1,000	.330*	-0,015	0,190	0,037	.431**	0,138	0,104	-0,094
	Sig. (bilateral)	0,976	0,000		0,040	0,926	0,247	0,822	0,006	0,401	0,528	0,567
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Individual o grupal	Coefficiente de correlación	0,026	0,259	.330*	1,000	0,065	.339*	0,085	0,287	-0,034	-0,034	-0,238
	Sig. (bilateral)	0,877	0,111	0,040		0,694	0,035	0,605	0,077	0,840	0,838	0,145
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Tipo de estructura	Coefficiente de correlación	-0,057	0,168	-0,015	0,065	1,000	-0,050	-0,312	0,094	0,194	0,058	-0,115
	Sig. (bilateral)	0,731	0,307	0,926	0,694		0,763	0,053	0,567	0,236	0,727	0,487
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Tiempo de operación	Coefficiente de correlación	0,107	-0,030	0,190	.339*	-0,050	1,000	0,308	.437**	0,123	0,106	-0,098
	Sig. (bilateral)	0,516	0,854	0,247	0,035	0,763		0,057	0,005	0,455	0,522	0,551

Tesis doctoral: La mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica – Merlyn Gutiérrez Cruz

	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
		Nivel educativo	Es jefa de hogar	Tiene personas a cargo	Individual o grupal	Tipo de estructura	Tiempo de operación	Nivel de ventas mensuales	Nivel de gastos mensuales	El negocio genera ganancias	Ha recibido capacitación o asesoría	Ha recibido financiamiento
Nivel de ventas mensuales	Coefficiente de correlación	0,008	0,007	0,037	0,085	-0,312	0,308	1,000	.492**	0,185	-0,056	-0,038
	Sig. (bilateral)	0,961	0,966	0,822	0,605	0,053	0,057		0,001	0,261	0,735	0,818
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Nivel de gastos mensuales	Coefficiente de correlación	0,019	0,238	.431**	0,287	0,094	.437**	.492**	1,000	.481**	0,174	-0,104
	Sig. (bilateral)	0,908	0,144	0,006	0,077	0,567	0,005	0,001		0,002	0,288	0,529
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
El negocio genera ganancias	Coefficiente de correlación	0,178	0,176	0,138	-0,034	0,194	0,123	0,185	.481**	1,000	-0,024	0,095
	Sig. (bilateral)	0,279	0,284	0,401	0,840	0,236	0,455	0,261	0,002		0,882	0,567
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Ha recibido capacitación o asesoría	Coefficiente de correlación	0,195	0,026	0,104	-0,034	0,058	0,106	-0,056	0,174	-0,024	1,000	.417**
	Sig. (bilateral)	0,235	0,876	0,528	0,838	0,727	0,522	0,735	0,288	0,882		0,008
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39
Ha recibido financiamiento	Coefficiente de correlación	0,071	-0,058	-0,094	-0,238	-0,115	-0,098	-0,038	-0,104	0,095	.417**	1,000
	Sig. (bilateral)	0,668	0,724	0,567	0,145	0,487	0,551	0,818	0,529	0,567	0,008	
	N	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Apéndice 3

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,502
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	109,839
	gl	55
	Sig.	,000



Carlos J. Baños Castiñeira, Secretario de redacción de la revista *Investigaciones Turísticas* (ISSN 2174-5609) editada por el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante,

INFORMA

que el artículo:

Factores de éxito en el emprendimiento femenino turístico rural en Costa Rica

Merlyn Gutiérrez Cruz, María Jesús Such Devesa, Patricia Gabaldón Quiñones

ha superado satisfactoriamente el proceso de revisión por pares y ha sido aceptado para su publicación en *Investigaciones Turísticas*.

Investigaciones Turísticas es una publicación semestral arbitrada por pares anónimos externos, en formato electrónico y de acceso libre. Está indexada o es accesible, entre otros portales y bases de datos, en: SCOPUS, ESCI Clarivate Analytics, FECYT, ERIHPLUS, LATINDEX, INDICES CSIC, DOAJ, Dialnet.

Alicante, 6 de noviembre de 2020

CARLOS
JAVIER|
BAÑOS|
CASTIÑEIRA

Firmado digitalmente por
CARLOS JAVIER|
BAÑOS|CASTIÑEIRA
Fecha: 2020.11.06
09:18:37 +01'00'

Dr. Carlos J. Baños Castiñeira
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas
Universidad de Alicante

Capítulo IV.

Factores del entorno que influyen en la actividad de las mipymes femeninas turísticas rurales costarricenses

Este artículo ha sido enviado el 22 de julio de 2020 a la Revista de Ciencias Sociales de la Universidad de Zulia indexada en Scopus, Latindex (32 características cumplidas) y valorada en Scimago Journal & Country Rank (Q3 en 2019 en la categoría de Social Sciences (miscellaneous)).

Factores del entorno que influyen en la actividad de las mipymes femeninas turísticas rurales costarricenses

Merlyn Gutiérrez Cruz
Doctoranda, Universidad de Alcalá
María Jesús Such Devesa
Universidad de Alcalá
Patricia Gabaldón Quiñones
IE Business School

Resumen

Este estudio analiza los factores del entorno que influyen en la actividad de las mipymes turísticas rurales existentes dirigidas por mujeres en Costa Rica. Basándonos en la teoría institucional, se seleccionaron elementos institucionales formales (capital humano, barreras burocráticas, financiación, apoyo gubernamental) e informales (códigos de conducta, normas sociales, papel familiar) que influyen en la actividad empresarial femenina. Se realizó un análisis comparativo cualitativo difuso (fsQCA) a una muestra de 28 mujeres empresarias turísticas rurales costarricenses para conocer las interacciones entre dichos factores que afectan a la generación de ganancias. Los resultados de la investigación revelan cinco configuraciones diferentes que conducen a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina. Los factores formales (barreras burocráticas y bajos niveles de capital humano), combinados con la presencia o la ausencia de otros factores institucionales tanto formales como informales representan una condición crítica vinculada con la baja o nula generación de ganancias. Las implicaciones teóricas de esta investigación contribuyen al conocimiento de los elementos institucionales formales e informales que afectan el crecimiento de las empresas dirigidas por mujeres en el sector turístico

rural costarricense, y en las implicaciones prácticas, contribuye al fortalecimiento de la actividad empresarial femenina.

Palabras claves: teoría institucional, mujeres emprendedoras, turismo rural, Costa Rica

Environmental factors that influence the activity of female Costa Rican rural tourism

MSMEs

Abstract

This study analyzes the factors that influence the activity of established rural tourist MSMEs led by women in Costa Rica. Based on institutional theory, formal (human capital, bureaucratic barriers, access to financing and government support) and informal (codes of conduct, social norms and expected family roles) institutional elements influencing female entrepreneurial activity were selected. A fuzzy qualitative comparative analysis (fsQCA) was performed on a sample of 28 Costa Rican rural tourist businesswomen to find out the interactions between these factors affecting the generation of profits. The research results reveal five different configurations that lead to low or zero profits in female entrepreneurship. Formal factors (bureaucratic barriers and low levels of human capital), combined with the presence or absence of other institutional factors, both formal and informal, represent a critical condition linked to the low or no generation profits in these ventures. The implications of this research contribute to the knowledge of the formal and informal institutional elements affecting the growth of women-led businesses in the Costa Rican rural tourism sector, and to the strengthening of female business activity.

Keywords: institutional theory, women entrepreneurs, rural tourism, Costa Rica

4.1 Introducción

La participación de las mujeres como empleadoras a nivel mundial ha aumentado en los últimos años, pasando de un 17,3% en 1991 a más de un 22% en 2018. En el caso de América Latina y el Caribe, también se ha dado un crecimiento sostenido en el emprendimiento femenino, aumentando de un 13,9% en 1991 a un 24,5% en 2018 (Organización Internacional del Trabajo, OIT, 2019a). Mientras que, en promedio, en Costa Rica, las mujeres son propietarias del 22,3% de las empresas y un 42,7% de estas se desempeñan en el sector informal (OIT, 2019b).

La actividad emprendedora de las mujeres contribuye al crecimiento económico y la disminución de la pobreza (Bruton, Ketchen y Ireland, 2013; De Vita, Mari y Poggesi, 2014; Gielnik y Frese, 2013; Sarfaraz, Faghieh y Majd, 2014). Sin embargo, iniciar una empresa y mantenerla generando beneficios de manera sostenible es una tarea difícil, y las mujeres emprendedoras se enfrentan a continuas limitaciones que ponen en riesgo la supervivencia de sus empresas, siendo muchos de estos elementos de carácter institucional y dependiente del contexto.

North (1990), padre de la teoría institucional, define el concepto de institución como el grupo de reglas y normas que rigen en la sociedad, las cuales configuran el marco en el que las organizaciones desarrollan su actividad.

La teoría económica institucional de North proporciona un marco teórico apto para analizar la actividad empresarial de las emprendedoras turísticas rurales costarricenses, para comprender las interacciones humanas en forma de instituciones, que intervienen en el crecimiento económico y empresarial (Díaz Casero, 2003).

No obstante, pocos estudios aplican la teoría institucional a emprendimientos ya existentes, por lo que la literatura en este sentido es aún escasa, pues las investigaciones se han centrado en explicar los factores del entorno que condicionan la creación de empresas (Álvarez, Urbano,

Coduras y Navarro, 2011; Díaz Casero, Urbano Pulido y Hernández Mogollón, 2005; Ferri y Urbano, 2010), y sólo algunos se enfocan en el emprendimiento femenino en funcionamiento (Álvarez, Noguera y Urbano, 2012; Noguera, Álvarez y Urbano, 2013; Roomi, Rehman y Colette, 2018). En este sentido, diversas investigaciones han examinado los factores que influyen en la creación y el desarrollo de emprendimientos (Aidis, 2005; Yunis, Hashim, y Anderson, 2018).

Por tanto, y para intentar cubrir ese hueco en la literatura, el objetivo de esta investigación es analizar los factores contextuales que influyen en la actividad de las mipymes turísticas rurales existentes dirigidas por mujeres en Costa Rica. La pregunta de investigación de este estudio es: ¿Qué combinaciones de factores institucionales formales e informales afectan a la actividad de las mipymes femeninas del sector turístico rural costarricense?

Para abordar este tema, a partir del análisis de las percepciones de las propietarias de mipymes turísticas rurales, se aplicó el análisis comparativo cualitativo de conjunto difuso (fsQCA) a una muestra de 28 mujeres emprendedoras en turismo rural en Costa Rica. Los resultados muestran que cinco configuraciones de factores formales e informales conducen a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina.

El artículo tiene la siguiente estructura. La sección siguiente presenta la revisión de la literatura sobre la teoría institucional y su influencia en el emprendimiento femenino. La sección tres describe los datos, el método y la calibración de las condiciones utilizadas para el análisis empírico. La sección cuatro presenta los resultados del análisis. Finalmente, la sección cinco discute estos resultados y expone las conclusiones de la investigación.

4.2 Marco Teórico

La teoría institucional adopta una visión sociológica de las interacciones entre las instituciones (organizaciones) y la sociedad (Amine y Staub, 2009). De acuerdo con esta

perspectiva, las instituciones son las reglas de juego en una sociedad, es decir, las restricciones y normas creadas por el ser humano que rigen la interacción social (North, 1990).

De esta manera, los empresarios adaptarán sus actividades y su modelo estratégico para ajustarse a las oportunidades y limitaciones provistas a través del marco institucional formal e informal (North, 1990 y 2005).

Entendemos las instituciones formales como las normas escritas como leyes, constituciones, reglamentos políticos, legales y económicos, así como procedimientos gubernamentales (North, 1990). En contraste, las instituciones informales son reglas socialmente compartidas, generalmente no escritas, que incluyen códigos de conducta, normas de comportamiento, convenciones, ideas, creencias, actitudes, valores sociales y hábitos (Brinks, 2003; North, 1990).

Los factores informales provienen de “la información que ha sido transmitida como parte de la herencia cultural de las sociedades” (Díaz Casero et al., 2005, p. 213). Tanto el tipo de empresa como la forma en que evolucionan están influenciados fundamentalmente por el marco institucional en el que se desarrollan (North, 1990).

Para la presente investigación, y con base en la economía institucional, la tabla 1 presenta los factores formales e informales considerados el marco de referencia para el emprendimiento femenino. En este caso, se utilizó una combinación de las instituciones formales e informales empleadas en sus estudios por Giménez y Calabrò (2018), Gnyawali y Fogel (1994) y Noguera (2012) usando las categorías planteadas por North (1990).

Tabla 1*Factores institucionales que influyen en las ganancias de la actividad empresarial femenina*

Factores formales	Factores informales
Capital humano	Códigos de conducta (autoconfianza, miedo al fracaso)
Medidas gubernamentales (procedimientos y regulaciones)	Normas sociales (aceptación social de las mujeres en la economía)
Financiación	Papel familiar (trabajo y equilibrio familiar)
Programas de apoyo no económico	

Fuente: Basado en Giménez y Calabrò (2018), Gnyawali y Fogel (1994), Noguera (2012) y North (1990,2005).

4.2.1 Factores institucionales formales del emprendimiento femenino

Las instituciones formales inciden en el desarrollo empresarial femenino (Aidis, Welter, Smallbone y Isakova, 2007). Aunque su función es garantizar el intercambio político, social y económico (North, 1993), no necesariamente son creadas para beneficiar a las empresas (North, 1994).

a. Capital humano

El capital humano se define como el conocimiento, las habilidades y las capacidades intelectuales que posee una persona (McKelvie y Davidsson, 2009) y es el elemento esencial en la creación de ventaja competitiva y valor en las empresas (Jardón y Martos, 2009), a la vez que aumenta su productividad (Daou, Karuranga y Su, 2013).

Investigadores empíricos miden el capital humano mediante cinco indicadores: educación, experiencia laboral, experiencia empresarial, experiencia en la industria y experiencia gerencial (Unger, Rauch, Frese y Rosenbusch, 2011). En esta investigación se utilizan los siguientes indicadores: educación, experiencia empresarial y habilidades de gestión empresarial.

La educación formal es reconocida como una institución clave que influye directamente en el comportamiento individual, contribuye a la construcción de competencias y a la creación de profesionales (Meyer, 1977). Existe urgencia en la necesidad de cambios radicales en los sistemas

educativos nacionales para permitir a las mujeres acceder a la educación para su empoderamiento (Cabrera y Mauricio, 2017), especialmente en economías en desarrollo.

La educación formal puede facilitar la interacción de conocimiento tácito y complejo que favorece la resolución de problemas y la toma de decisiones empresariales (Davidsson y Honig, 2003). Investigaciones en economías emergentes encontraron que las personas con educación básica muestran una relación positiva con el emprendimiento empresarial (Cetindamar, Gupta, Karadeniz y Egrican, 2012).

La experiencia en administración de empresas y la educación (general y empresarial) están correlacionadas con la habilidad de los emprendedores de hacer crecer un negocio (Davidsson, 1991).

La carencia de habilidades técnicas y empresariales en los emprendedores dificultará la resolución de los problemas que enfrentarán en las diferentes etapas de desarrollo de sus negocios (Gnyawali y Fogel, 1994). Asimismo, la falta de experiencia laboral previa en un negocio es una limitante importante para su éxito (Fairlie y Robb, 2009).

Estudios realizados en Estados Unidos indican una relación positiva entre el nivel de educación de las mujeres empresarias, su capital inicial (Coleman y Robb, 2009) y el rendimiento de sus empresas (Fairlie y Robb, 2009). Del mismo modo, Davidsson y Honig (2003) señalan que un alto nivel de capital humano, traducido en educación y experiencia del empresario, contribuye a mejorar las posibilidades de supervivencia de una empresa.

Proposición 1: Bajos niveles de capital humano se relacionan con bajas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense.

b. Medidas gubernamentales

En cualquier economía de mercado establecida, las empresas tienen que estar regidas por leyes y regulaciones diseñadas para proteger los intereses de los ciudadanos y del gobierno (Hashi, 2001). Las políticas gubernamentales son un elemento del contexto institucional importante para la actividad empresarial.

Los gobiernos tienen la capacidad de crear condiciones administrativas adecuadas y eficientes que motiven a las personas a tomar riesgos razonables para crear empresas y generar ganancias (Gnyawali y Fogel, 1994). De esta manera, excesivas regulaciones interrumpen el crecimiento de los emprendimientos (Dana, 1990) y al mismo tiempo, las altas tasas de impuestos son barreras clave para el funcionamiento de un emprendimiento (Young y Welsch, 1993), debido a su impacto directo en los rendimientos esperados de las actividades empresariales (Estrin y Mickiewicz, 2011). En ocasiones, los emprendedores deciden no establecer una empresa o eligen operar en la informalidad cuando tienen que cumplir múltiples requerimientos (Darbi, Hall y Knott, 2018) o gastar tiempo y dinero en realizar trámites administrativos (Young y Welsch, 1993).

Las políticas públicas son clave para hacer que las empresas de las mujeres sean altamente productivas (Cabrera y Mauricio, 2017). Aidis et al. (2007) argumenta que las mujeres en Ucrania y Lituania identificaron los impuestos como la principal barrera que enfrentaron para administrar sus negocios; las mujeres ucranianas también sitúan los problemas legales y regulatorios como una limitación. Ascher (2012) sostiene que el establecimiento de un entorno institucional y regulatorio accesible para las emprendedoras es un paso fundamental para reducir los obstáculos y las barreras administrativas.

De acuerdo con lo anterior, parece razonable suponer que existe un efecto negativo de la burocracia y las altas tasas de impuestos sobre la actividad emprendedora femenina.

Proposición 2: Las barreras burocráticas se relacionan con bajas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense.

c. Financiación

La literatura sobre emprendimiento que examina el acceso a financiación de las mujeres empresarias arroja resultados contradictorios. Por un lado, estudios previos consideran que, en comparación con los hombres, las mujeres tienen un limitado acceso a la financiación (Carter y Williams, 2003, Hill, Leitch, y Harrison, 2006), lo que dificulta su capacidad para iniciar y hacer crecer sus negocios (Marlow y Patton 2005).

En los países en desarrollo, la restricción de capital financiero es frecuente debido a que, en ocasiones, las mujeres no poseen ingresos independientes y están mayormente controladas por sus esposos (Ascher, 2012). Muchas mujeres ni siquiera intentan obtener un préstamo bancario porque creen que no tendrán éxito (Quader, 2012), especialmente porque carecen de una reputación comercial establecida o de los activos que respalden sus solicitudes (Khaleque, 2018).

Estudios empíricos sugieren que, para otorgar un préstamo, los intermediarios financieros solicitan más garantías y cobran tasas de interés más altas a las mujeres que a los hombres (Carter, Anderson y Shaw, 2001; Hertz, 2011). Esto se debe a que, generalmente, las instituciones financieras seleccionan negocios que puedan sobrevivir y crecer, con el fin de optimizar los préstamos que otorgan (Kim, Aldrich y Keister, 2006). Por lo que, las mujeres que carecen de

conocimientos y habilidades empresariales enfrentarán más dificultades para acceder a financiamiento externo (Khaleque, 2018).

Por otro lado, otras investigaciones no encuentran evidencia de discriminación basada en el género en el acceso a financiamiento formal (Bardasi, Sabarwal y Terrell, 2011; Storey, 2004), ya que, las instituciones financieras muestran cada vez más interés en reconocer a las mujeres como sujetos de crédito (Quader, 2012), y valoran más sus capacidades para manejar actividades empresariales (Ascher, 2012).

Bruhn (2009) indica que no hay evidencia consistente de que las empresas propiedad de mujeres tengan menos acceso al financiamiento que las empresas propiedad de hombres. Sullivan y Meek (2012) señalan que las mujeres intencionadamente se involucran en actividades económicas de menor crecimiento, que no requieren optar por fuentes de financiamiento formal, debido a sus expectativas de éxito.

Sin embargo, muchas de estas empresas operan en la informalidad y, por tanto, manejan prácticas de mantenimiento de registros financieros deficientes, por lo que carecen de documentación formal, que posteriormente se convierte en un obstáculo para obtener capital de instituciones formales como los bancos comerciales (Siquiera y Bruton, 2010). La evidencia también muestra que las emprendedoras informales recurren a microcréditos que ofrecen condiciones menos estrictas y facilitan su acceso al capital (Bruton, Khavul y Chavez, 2011).

Otra razón que explica el poco acceso de las emprendedoras a financiamiento es la falta de educación financiera, ya que en ocasiones estas mujeres desconocen las opciones financieras que están disponibles y la forma de obtenerlas (Carter, Brush, Gatewood, Greene y Hart, 2003; Sena, Scott y Roper, 2012). Muchas emprendedoras han desarrollado sus negocios sin solicitar créditos bancarios (Quader, 2012). Singh y Lucas (2005) sugieren que las redes de contacto que involucran

a familiares y amigos de las empresarias juegan un papel destacado en su acceso a los recursos financieros necesarios para iniciar y operar sus empresas.

Y aunque la evidencia sea mixta, el escaso acceso a financiamiento externo dificulta a las empresas crecer, expandirse o realizar nuevas inversiones (Becchetti y Trovato, 2002). De acuerdo con Gupta y York (2008), la disponibilidad de préstamos, fondos de inversión y capital de riesgo para emprendedores se relaciona con una mayor tasa de actividad empresarial.

Proposición 3: La dificultad de acceso a financiamiento se relaciona con bajas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense.

d. Programas de apoyo no económico

Más allá de las medidas gubernamentales, la financiación, la educación, la experiencia y las habilidades emprendedoras, los programas de apoyo no económico al emprendimiento, incluyen asesoramiento en temas de burocracia, fiscalidad, así como los relacionados con facilitar el acceso a la información y a la provisión de infraestructura física, promueven la actividad emprendedora femenina.

Los gobiernos pueden influir positivamente en las mujeres para que se conviertan en empresarias a través de programas y apoyo empresarial específicos para ese colectivo (Lee, Sohn y Ju, 2011). Estos programas deben estar centrados en las mujeres, bajo un enfoque de diversidad, porque las potenciales empresarias y las que poseen empresas ya establecidas no son un grupo homogéneo y el proceso hacia la puesta en marcha y el crecimiento no son idénticos (Braidford y Stone, 2008).

La promoción de la pequeña empresa suele venir acompañada, a nivel micro, de programas de capacitación enfocados en la integración del pensamiento positivo, la confianza y la autoayuda, así como programas de desarrollo del capital humano; mientras que, a nivel macro es de vital importancia la provisión de la infraestructura física necesaria para facilitar las transacciones comerciales (Mayoux, 2001) y para la operación de sus empresas, como es el acceso a la tecnología (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2019).

A pesar de que se reconoce la contribución del emprendimiento femenino al crecimiento económico y a la reducción de la pobreza, los recursos y las capacidades empresariales de las emprendedoras son limitados, por lo que es necesario que los formuladores de políticas públicas brinden especial atención, orientación, apoyo y tratamiento a las mujeres empresarias (Ascher, 2012; Xu et al., 2018).

Proposición 4: El débil apoyo gubernamental se relaciona con bajas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense.

4.2.2 Factores institucionales informales del emprendimiento femenino

Las instituciones informales son códigos de comportamiento, por lo general no escritos, que complementan a las instituciones formales (Díaz Casero, Hernández Mogollón y Urbano Pulido, 2006). Según North (1993), "proviene de información transmitida socialmente y son parte de la herencia que llamamos cultura" (p. 55). Las mujeres empresarias constantemente se enfrentan a actitudes estereotipadas producto de las reglas informales (Cabrera y Mauricio, 2017).

a. Códigos de conducta

Los códigos de conducta son reglas no escritas que dan forma a las interacciones diarias de las personas con otras e influyen en los comportamientos económicos individuales y en la acción dentro de sus organizaciones, la familia y la vida diaria (North, 1990). Son pautas culturales de comportamiento, que se ven influenciadas por los roles de género, que configuran las diferentes etapas del proceso empresarial de mujeres y hombres (Zwan, Verheul y Thurik, 2012), por lo que, los códigos de conducta influyen en las mujeres empresarias a través de sus expectativas e intenciones (Giménez y Calabrò, 2018).

Los arquetipos tradicionales aún condicionan la evolución y el desarrollo de la mujer en la sociedad, identificando en la mujer cualidades no relacionadas con su inteligencia o su capacidad (Torres, 2018). De hecho, una de las formas en que las percepciones de las emprendedoras pueden verse influidas es por los niveles de confianza en sí mismas. De esta manera, el aumento en la confianza de las mujeres permite desarrollar negocios efectivos, aunque probablemente más arriesgados (Brindley, 2005). Por ende, esta falta de confianza en sus propias habilidades limita las decisiones de las mujeres de expandir sus negocios (Rey-Martí, Porcar y Mas-Tur, 2015).

El proceso emprendedor es una colección compleja de eventos que suceden bajo un panorama de incertidumbre, que puede tener consecuencias para el bienestar individual o incluso la supervivencia económica; “el miedo al fracaso es parte esencial del viaje empresarial” (Cacciotti y Hayton, 2015, p. 185). Persistencia, perseverancia y confianza en sí mismas son cualidades requeridas en las mujeres empresarias para el desarrollo de negocios exitosos (Ramadani, Rexhepi, Abazi-Alili, Beqiri y Thaçi, 2015)

Investigaciones previas señalan que las mujeres tienen mayor aversión al riesgo, por ello, operan empresas pequeñas, con poco capital, que les permita tener mayor control y seguridad

(Coleman y Robb, 2009). Así lo confirma el reporte GEM, un 41% de las mujeres que tienen oportunidad de iniciar un negocio no lo hacen por el temor a fracasar (Kelley et al., 2015). De acuerdo con los autores, esto puede deberse a la influencia de normas y reglamentos sociales, así como por rasgos de personalidad intrínseca.

Proposición 5: La falta de confianza y el miedo al fracaso se relacionan con bajas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense.

b. Normas sociales

Las normas sociales son las reglas no escritas, similares a las creencias culturales (Denzau y North, 1994), que indican el grado en que una sociedad considera aceptables ciertas conductas empresariales (Álvarez et al. 2011).

Al igual que los códigos de conducta, las normas sociales se crean en función de los roles de género, diferenciando el papel de las mujeres y los hombres en la sociedad (Ahl, 2006). En su estudio sobre la política de emprendimiento en Estados Unidos y Suecia, Ahl y Nelson (2015) exponen que se asume el trabajo reproductivo como trabajo de mujeres, se posiciona a éstas como las más débiles y siempre en un lugar secundario.

El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA, 2010) enfatiza en los estereotipos y percepciones negativas presentes en Latinoamérica sobre la capacidad de las mujeres para constituir y desarrollar una empresa.

La percepción negativa que tienen algunas mujeres del trato recibido por las instituciones financieras se debe a que, muchas veces, éstas no son consideradas empresarias debido a la

percepción tradicional que se tiene acerca del papel que deben cumplir en la sociedad (Carr y Chen, 2004; Delmar y Holmquist, 2004).

Los estereotipos acerca de la mujer existentes en la cultura nacional afectan sus posibilidades de emprender y de ser exitosas, en ocasiones se utilizan frases como “en asuntos de negocios es preferible tratar con hombres” (SELA, 2010).

A pesar de que, en los últimos años las mujeres han hecho grandes avances para cerrar la brecha empresarial, en ocasiones, éstas reciben un tratamiento diferente (Mueller y Dato-On, 2008) o son discriminadas, lo que limita sus oportunidades y su posibilidad de empoderamiento (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE, 2014).

Cabrera y Mauricio (2017) destacan los efectos negativos que tienen las normas y regulaciones socioculturales, los valores y las percepciones generalmente influenciados por los estereotipos basados en el género en la subvaloración de las actividades comerciales de las mujeres.

Proposición 6: El trato discriminatorio de las organizaciones se relaciona con bajas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense.

c. El papel familiar

Otra forma en la que las instituciones informales influyen en las emprendedoras es la forma en que la sociedad ve a las mujeres, asociadas con el papel familiar.

Aunque las redes familiares pueden actuar como una fuerza impulsora del emprendimiento femenino, también podrían limitar el tiempo y la dedicación de las emprendedoras, lo que afectaría negativamente el desempeño de sus empresas (Cabrera y Mauricio, 2017).

Una de las motivaciones que lleva a las mujeres a establecer sus negocios es el deseo de tener un mejor equilibrio entre su vida profesional y su familia (McGowan, Lewis Redeker, Cooper y Greenan, 2012). A pesar de los progresos hacia la igualdad, las mujeres sienten que su obligación es cuidar de la familia y dedicarse a las tareas domésticas (Rey-Martí, Porcar y Mas-Tur, 2015). Las mujeres latinoamericanas se enfrentan a continuos escollos para incorporarse en el mercado laboral formal y conciliar el cuidado de la familia las ha empujado a dedicarse al autoempleo en el sector empresarial (SELA, 2010).

No obstante, las mujeres emprendedoras son más propensas a experimentar un mayor conflicto entre el trabajo y la familia que sus contrapartes masculinas, con implicaciones negativas para el crecimiento de sus empresas (Jennings y McDougald, 2007). Esto suele ocurrir, en particular, en las sociedades que ven a las mujeres como individuos que pertenecen a la familia y donde su papel más importante es en el hogar (Ufuk y Özgen, 2001).

En ocasiones, las mujeres prefieren la flexibilidad antes que la remuneración o el progreso profesional, para conciliar sus responsabilidades en el hogar con la posibilidad de obtener un ingreso, lo que explica el que las empresas de mujeres sean pequeñas y que no se desarrollen (SELA, 2010). Una investigación en mujeres emprendedoras en Kosovo encontró que éstas deben dedicar la mayor parte del tiempo disponible a su negocio, por lo que pueden enfrentar problemas en el cumplimiento de sus responsabilidades como esposas y madres, que se traduce en una dificultad para equilibrar las obligaciones familiares y laborales (Ramadani et al., 2015).

Bruhn (2009) señala que, las obligaciones familiares, las tareas domésticas y de cuidado infantil afectan negativamente el tamaño y el desempeño de las empresas femeninas en Latinoamérica; especialmente en países como México y Bolivia donde las mujeres son propensas a operar sus negocios dentro de sus casas.

Proposición 7: El rol de la mujer dentro del núcleo familiar se relaciona con bajas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense.

4.2.3 Actividad empresarial femenina

Sin duda, las mujeres empresarias juegan un papel importante en la contribución al desarrollo económico global. De acuerdo con el último reporte GEM de emprendimiento femenino 2019-2020, a nivel mundial, la tasa de actividad emprendedora para las mujeres es de 10.2%, mientras que un 6.2% son dueñas de negocios establecidos (Elam, 2019).

Usualmente, para medir el desempeño de la actividad empresarial se utilizan indicadores tradicionales como crecimiento de las ventas, la cuota de mercado o el número de empleados (Fairlie y Robb, 2009; Bardasi, Sabarwal y Terrell, 2011; Basil Zwegelaar, 2017).

Sin embargo, hace algunos años, la percepción del desempeño de la empresa ha emergido como un concepto multidimensional (Lumpkin y Dess, 1996), por lo que, varios investigadores han utilizado la valoración personal de las personas emprendedoras sobre los resultados y las ganancias de sus empresas para su medición, especialmente, en el caso de las empresas dirigidas por mujeres que presentan menores costos operativos y menores niveles de ventas, ganancias y empleo (Rosa, Carter, y Hamilton, 1996; Lerner y Haber, 2001; Valencia Silva, 2010).

Es por ello por lo que, en esta investigación, la actividad empresarial femenina se evaluará a través de la percepción que tienen las emprendedoras sobre la generación de ganancias de su empresa.

4.3 Metodología

4.3.1 Datos

Para esta investigación se utilizó la base de datos de mujeres emprendedoras de turismo rural en Costa Rica, participantes del proyecto *Emprende* y suministrada por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). Dicho proyecto estuvo vigente desde octubre de 2012 hasta abril de 2018, su objetivo era el fortalecimiento de las capacidades empresariales de las mujeres para potenciar su autonomía económica.

Esta institución proporcionó un listado de 79 mujeres que participaron en el proyecto en el área de turismo rural. Sin embargo, para determinar si los emprendimientos seleccionados se ubicaban realmente en espacios rurales, pues no existe una propuesta única a nivel internacional que defina la clasificación urbano-rural, se utilizó el Manual de Clasificación Geográfica del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2016). Una vez hecha esta clasificación, la lista se redujo a 50 emprendedoras, de las cuales se descartaron las que solo disponían de una idea de negocio, por lo que quedaron 39 mujeres emprendedoras con un negocio en funcionamiento.

El INAMU facilitó la información disponible de estas emprendedoras sobre su nivel educativo y su actividad empresarial. El nivel educativo se midió con una escala de siete elementos, centrándose en el último nivel de escolaridad cursado. La actividad empresarial se midió con una escala de cuatro elementos, que se concentró en medir la percepción de las emprendedoras de si el negocio genera ganancias para ahorrar y crecer, para reinvertir y diversificar, para subsistir y para vivir o genera nulas ganancias.

Para indagar sobre las dificultades que han enfrentado estas mujeres para generar ganancias, se entrevistó personalmente a 13 emprendedoras y se llamó por teléfono a las otras 26. El cuestionario contenía 10 preguntas en escala Likert de 5 puntos sobre las dificultades que

enfrentan las emprendedoras y sus empresas para la generación de beneficios económicos que les permitan crecer. La población total de estudio se compone de 28 mujeres, ya que 11 de ellas no proporcionaron datos completos.

4.3.2 Método fsQCA

En este estudio se empleó el método de análisis comparativo cualitativo de conjuntos difusos (fsQCA). Éste utiliza algebra booleana y la teoría de conjuntos para abordar la causalidad compleja, enfocándose en relaciones asimétricas que detectan combinaciones de condiciones suficientes para producir un resultado específico (Fiss, 2007; Ragin, 2008; Woodside 2013).

Se eligió esta metodología por tres razones. Primero, el fsQCA permite analizar la interacción de condiciones explicativas (factores formales e informales) que producen un resultado de interés (no generación de ganancias) (Medina, Castillo Ortiz, Álamos Concha y Rihoux, 2017; Ragin, 2008). Segundo, la utilización de este enfoque en las ciencias sociales es relativamente reciente, los primeros estudios se dieron a finales de la década de 1980 (Ragin, 1987; Smithson, 1987), sin embargo, su aplicación en el área de los negocios y la administración se ha hecho cada vez más popular en los últimos años (Fernandes Crespo, 2017). Por último, este tipo de análisis es conveniente para obtener resultados estadísticamente válidos en estudios con muestras pequeñas que poseen entre 10 a 50 casos (Fiss, 2007).

En nuestro estudio, se investigará qué condiciones (factores formales e informales) están asociadas con el resultado: la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense, expresada como la generación de bajas o nulas ganancias. Según Fiss (2007), para examinar cuáles condiciones son necesarias o suficientes para la ausencia del resultado se utiliza la negación simple de la variable resultado. Para realizar el análisis se utilizó el software fsQCA, versión 3.1b.

El método de análisis comparativo cualitativo de conjuntos difusos (fsQCA) implica una serie de pasos. El primer paso consiste en la definición y calibración de las condiciones causales explicativas y del resultado que forman parte del modelo que se analizará.

La calibración consiste en identificar puntos de referencia llamados anclajes, dentro de los valores ordinales o continuos de una variable en los que se producen cambios cualitativos para un fenómeno, para transformar una variable no calibrada en una condición difusa que asigne grados de pertenencia a un conjunto (Ragin, 2008). En este caso, la pertenencia oscila entre 0 y 1, donde el valor intermedio es 0,5 e indica “equidistancia perfecta entre la pertenencia y la exclusión en el conjunto” (Medina et al., 2017, p.25).

Se han propuesto varios métodos de calibración para los conjuntos difusos. Ragin (2008) propone el método directo e indirecto, mientras que Thiem y Dusa (2013) proponen el método directo de atribución. De acuerdo con Medina et al. (2017), en el método directo el investigador selecciona tres anclajes teóricos para calibrar un fenómeno: el punto de total pertenencia o membresía (cercano a 1), el punto de cruce o de mayor ambigüedad (0,5) y el punto de total exclusión o no membresía en el conjunto (cercano a 0). En el método indirecto, el investigador realiza agrupaciones de los casos según su grado de pertenencia a un conjunto objetivo. Y finalmente, en el método directo de atribución los valores los define el investigador con base en su conocimiento teórico o empírico de los casos.

El segundo paso es el análisis de necesidad, que permite determinar si alguna de las condiciones causales analizadas es una condición necesaria para que ocurra el resultado. Una condición es necesaria para un resultado si está siempre presente cuando el resultado ocurre (Rihoux y Ragin, 2009). Para que una condición se considere necesaria, su puntaje de consistencia debe ser mayor que 0.95 (Medina et al., 2017). La consistencia en el análisis de necesidad indica

la proporción de casos que muestran tanto una condición como el resultado de interés de entre el total de casos que muestran ese resultado en cuestión (Bol y Luppi, 2013).

El tercer paso es la construcción de la tabla de verdad. Es una matriz de datos donde se muestra todas las combinaciones lógicamente posibles de las condiciones causales, que se calculan mediante la fórmula 2^k , donde k es el número de condiciones causales consideradas (Rihoux y De Meur, 2009).

Para realizar el análisis de conjuntos difusos, se realiza un refinamiento preliminar a la tabla de la verdad basado en dos criterios: frecuencia y consistencia (Ragin, 2008). La frecuencia señala hasta qué punto las combinaciones de condiciones causales expresadas en las filas de la tabla de verdad están representadas empíricamente. Establecer un corte de frecuencia asegura que la evaluación de las relaciones de subconjuntos difusos ocurra solo para aquellas configuraciones que excedan un número mínimo específico de casos. Las configuraciones de baja frecuencia se designan como residuos lógicos ya que su evidencia empírica no se considera lo suficientemente sustancial. Para establecer el umbral de frecuencia, se debe tener en cuenta el número total de casos en el conjunto de datos. En muestras pequeñas (10 casos) y medianas (50 casos) es apropiado que sea 1 o 2, mientras que para muestras grandes (más de 150 casos) el límite de frecuencia debe ser alto (Ragin, 2008).

La consistencia evalúa el grado en que los casos que comparten una determinada condición causal o combinaciones de condiciones causales coinciden en exhibir el resultado en cuestión (Ragin, 2006). Se calcula dividiendo el número de casos que comparten una combinación dada de condiciones causales y el resultado del número de casos que exhiben la misma combinación, pero no muestran el resultado. Ragin (2008) recomienda que el nivel de consistencia mínimo aceptable

se establezca en 0,80; no obstante, los niveles de consistencia más altos presentarán resultados más robustos.

A continuación, se utiliza un algoritmo basado en álgebra de Boole para simplificar la tabla de verdad. En este análisis se utilizó el algoritmo de Quine-McCluskey (que es el que emplea el software fsQCA, utilizado) para minimizar lógicamente las declaraciones de suficiencia, simplificar la complejidad y obtener una respuesta más parsimoniosa (Schneider y Wagemann, 2012).

El cuarto paso es la interpretación de los resultados. El software fsQCA genera tres resultados alternativos llamados: solución compleja, solución parsimoniosa y solución intermedia. Cada una de las soluciones contiene configuraciones de condiciones causales que conducen al resultado de interés. No obstante, estas soluciones difieren en la medida en que se han considerado los residuos lógicos en el análisis contrafactual (Ragin, 2008). La solución compleja no considera ningún resto lógico por lo que es más detallada, aunque proporciona poca información sobre las configuraciones causales y es difícil de interpretar (Fiss, 2011). La solución parsimoniosa utiliza los residuos lógicos basados en contrafactuales fáciles o difíciles para generar una solución lógicamente más simple. Y la solución intermedia solo se utilizan residuos lógicos basados en contrafactuales fáciles (Ragin, 2008).

La distinción entre contrafactuales fáciles y difíciles se basa en información sobre la conexión entre cada condición causal y el resultado (Ragin, 2008). Los contrafactuales fáciles se refieren a situaciones en las que una condición causal redundante se agrega a una combinación de condiciones causales que por sí mismas ya conducen al resultado en cuestión. Los contrafactuales difíciles se relacionan con situaciones en las que una condición causal es eliminada de una

configuración que conduce al resultado en cuestión, basándose en la premisa de que esta condición causal es redundante (Fiss, 2011).

La solución que arroja el análisis fsQCA, es decir el conjunto de todas las configuraciones, presenta dos parámetros de ajuste que son: las medidas de consistencia (solution consistency) y cobertura (solution coverage). Según Schneider y Wagemann (2012), la cobertura de la solución expresa cuántos de los casos con el resultado de interés se explican por las configuraciones de la solución, ilustrando la importancia empírica de las configuraciones. Mientras que, la consistencia de la solución mide cuántos de los casos explicados por las configuraciones tienen el resultado de interés. Para que un modelo en fsQCA sea informativo, las puntuaciones de consistencia deben estar cerca de 1, que es la consistencia perfecta, y no deben ser inferiores a 0,75 (Ragin, 2008), mientras que, los valores de cobertura fluctúan entre 0 y 1, por lo que, cuanto mayor sea ésta mejor será el ajuste del modelo a sus datos (Legewie, 2013).

Por otra parte, cada configuración obtenida presenta tres indicadores distintos: cobertura bruta (raw coverage), unique coverage y consistency. La cobertura bruta indica qué proporción de los casos de interés (es decir, los casos en los que el resultado estaba presente) son explicados por la configuración. La cobertura única indica qué proporción de los casos que tienen el resultado de interés son explicados solamente por la configuración, y no por ninguna otra. La consistencia indica cuántos de los casos cubiertos por la configuración tienen el resultado de interés presente (Medina et al., 2017).

4.3.3 Calibración

La transformación de datos se llevó a cabo utilizando la calibración cualitativa o método directo de atribución (Ragin, 2008; Thiem y Dusa, 2013; Verkuilen, 2005). Se siguieron las

sugerencias expuestas en investigaciones anteriores (Albort Morant y Oghazi, 2016; Basurto y Speer, 2012; Gerrits y Verweij, 2018; Medina et al., 2017), las medidas se calibraron en conjuntos difusos que van de 1 a 0, donde 1 es la membresía completa (totalmente integrado), 0.5 es el punto intermedio o de cruce y 0 es la no pertenencia completa (totalmente fuera) (ver tabla 2).

Según Ragin (2000 citado por Basil Zwiegelhaar, 2017), el número de condiciones causales debe ser modesto, en un rango de tres a ocho, por lo que éstas se pueden combinar de alguna manera para crear macrovariables. En este estudio, algunas condiciones (variables) se agruparon para simplificar el modelo (ver tabla 2).

Tabla 2

Claves y calibración de las condiciones y del resultado

Condiciones / resultado	Clave	Calibración
Resultado: actividad empresarial femenina (generación de ganancias)	benef	Genera para ahorrar y crecer = 1 Genera para reinvertir y diversificar = 0,67 Genera para subsistir y para vivir = 0,33 Genera nulas ganancias = 0
Capital humano: bajo nivel educativo.	caphum	Ninguno = 1 Primaria incompleta = 0,83 Primaria completa = 0,67 Secundaria incompleta = 0,49 Secundaria completa = 0,33 Universitaria incompleta = 0,17 Universitaria completa = 0
Capital humano (caphum): carencia de experiencia empresarial, carencia de habilidades de gestión empresarial	caphum	Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 0,75 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 0,50 En desacuerdo = 0,25 Totalmente en desacuerdo = 0
Barreras burocráticas (barbur): trámites excesivos, pago de impuestos.	barbur	Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 0,75 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 0,50 En desacuerdo = 0,25 Totalmente en desacuerdo = 0
Acceso a financiamiento: dificultad para acceder a fuentes de financiamiento.	difinan	Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 0,75 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 0,50 En desacuerdo = 0,25 Totalmente en desacuerdo = 0

Condiciones / resultado	Clave	Calibración
Apoyo gubernamental: débil soporte del gobierno	debsog	Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 0,75 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 0,50 En desacuerdo = 0,25 Totalmente en desacuerdo = 0
Códigos de conducta: falta de confianza, miedo a fracasar	codcond	Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 0,75 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 0,50 En desacuerdo = 0,25 Totalmente en desacuerdo = 0
Normas sociales: trato discriminatorio por algunas organizaciones.	ttodior	Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 0,75 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 0,50 En desacuerdo = 0,25 Totalmente en desacuerdo = 0
El rol de la mujer dentro del núcleo familiar: dificultad para equilibrar trabajo y familia.	difeqyf	Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 0,75 Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 0,50 En desacuerdo = 0,25 Totalmente en desacuerdo = 0

El modelo utilizado en este análisis para determinar las posibles configuraciones causales que explican la baja o nula generación de ganancias es el siguiente:

$$\sim\text{benef} = f(\text{caphum}, \text{barbur}, \text{difinan}, \text{debsog}, \text{codcond}, \text{ttodior}, \text{difeqyf})$$

El símbolo de tilde o virgulilla (~) representa la ausencia del resultado (no generación de ganancias).

4.4 Resultados

4.4.1 Análisis de necesidad

La tabla 3 muestra los resultados del análisis de necesidad. Puesto que ninguna condición presenta un nivel de consistencia igual o superior a 0,95, se puede decir que este modelo no presenta condiciones que sean necesarias para alcanzar el resultado.

Tabla 3*Análisis de necesidad*

Resultado: ~ benef		
Condiciones	Consistencia	Cobertura
caphum	0.843218	0.839766
~caphum	0.544921	0.851376
barbur	0.902525	0.723294
~barbur	0.278332	0.702222
difinan	0.548444	0.747200
~difinan	0.603053	0.662581
debsog	0.705226	0.686286
~debsog	0.426306	0.691429
codcond	0.332942	0.872308
~codcond	0.803876	0.636744
ttodior	0.411627	0.757838
~ttodior	0.710511	0.645333
difeqyf	0.161480	0.733333
~difeqyf	0.897240	0.630103

Nota: (~) indica la ausencia de la condición.

Fuente: elaboración propia basada en la salida del programa fsQCA 3.1b

4.4.2 Implementación de fsQCA

En este estudio la tabla de verdad se evaluó en función de los valores de frecuencia y de consistencia (Ragin, 2008). Por lo que, se considera un umbral de frecuencia de 1 y un umbral de consistencia de 0,9, ambos consistentes con Ragin (2008). Asimismo, siguiendo a Medina et al. (2017) y a Ragin (2008), se eligió la solución intermedia como la más apropiada para el análisis.

La tabla 4 muestra la solución intermedia del análisis fsQCA. Cada fila representa una combinación de condiciones causales. Para cada combinación, la tabla expone la cobertura bruta (raw coverage), la cobertura única (unique coverage) y la consistencia (consistency). Al pie de la tabla se incluyen la cobertura y la consistencia de la solución en su conjunto.

Tabla 4*Resultados del fsQCA: solución intermedia para la actividad empresarial femenina*

Configuración	Combinaciones causales	Cobertura bruta	Cobertura única	Consistencia
1	barbur*~debsog	0.382854	0.182032	0.84129
2	caphum*~barbur*debsog	0.200235	0.0487375	0.909333
3	barbur*~codcond*ttodior	0.318849	0.122725	0.905
4	caphum*barbur*difinan*ttodior*difeqtyf	0.0880799	0.0440399	1
5	caphum*barbur*difinan*codcond*~ttodior*~dif eqtyf	0.13212	0.0587199	1
Cobertura de la solución: 0.686436				
Consistencia de la solución: 0.865926				

Nota: Se han utilizado las siguientes direcciones esperadas para producir la solución intermedia. Assumptions: caphum (present), barbur, (present), difinan (present), debsog (present), codcond (present), ttodior (present), difeqtyf (present)

De acuerdo con los resultados del análisis, cinco configuraciones conducen a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina en el sector turístico rural costarricense. La solución en su conjunto tiene una alta consistencia 0,865926 y una cobertura muy satisfactoria 0,686436. Todas las configuraciones presentan niveles de consistencia por encima del 0,75 recomendado por Ragin (2008).

La primera configuración y sus valores de cobertura y consistencia son los siguientes:

barbur*~debsog

La cobertura bruta de la configuración 1 es 0,382854, su cobertura única es 0,182032 y su consistencia es 0,84129. Esta indica que la presencia de barreras burocráticas combinada con la ausencia de un débil apoyo gubernamental da como resultado bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina turística rural costarricense.

La segunda configuración es la siguiente:

caphum*~barbur*debsog,

La cobertura bruta de la configuración 2 es 0,200235, su cobertura única es 0,0487375 y su consistencia es 0,909333. La ausencia de barreras burocráticas y la presencia de un débil apoyo gubernamental también pueden conducir a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina, si se combina con la presencia de bajos niveles de capital humano.

La tercera configuración es la siguiente:

barbur*~codcond*ttodior

La cobertura bruta de la configuración 3 es 0,318849, su cobertura única es 0,122725 y su consistencia es 0,905. Esta sugiere que la presencia de barreras burocráticas y de normas sociales junto con la ausencia de códigos de conducta conllevan a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina.

La cuarta configuración es la siguiente:

caphum*barbur*difinan*ttodior*difeqyf

La cobertura bruta de la configuración 4 es 0,0880799, su cobertura única es 0,0440399 y su consistencia es 1. Esta indica que la presencia de bajos niveles de capital humano, de barreras burocráticas, de dificultad para acceder a financiamiento, de normas sociales y del rol de la mujer dentro del núcleo familiar conllevan a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina.

Finalmente, la quinta configuración es la siguiente:

caphum*barbur*difinan*codcond*~ttodior*~difeqyf

La cobertura bruta de la configuración 5 es 0,13212, su cobertura única es 0,0587199 y su consistencia es 1. Esta sugiere que la ausencia de normas sociales y del rol de la mujer dentro del núcleo familiar combinada con la presencia de bajos niveles de capital humano, de barreras

burocráticas, de dificultad para acceder a financiamiento y de códigos de conducta pueden conducir a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina.

Con carácter general, se observa que la presencia de barreras burocráticas es una condición clave, porque se manifiesta en 4 de las 5 configuraciones; así como la presencia de bajos niveles de capital humano, que se manifiesta en 3 de las 5 configuraciones. La presencia de dificultad de acceso a fuentes de financiamiento se presenta en dos de las configuraciones.

Las configuraciones más importantes de condiciones, es decir, las que tienen mayor cobertura bruta, indican las dos combinaciones que las emprendedoras perciben como dificultades para generar ganancias: a) la presencia de trámites excesivos y el pago de impuestos combinados con la ausencia de un débil soporte del gobierno; b) la presencia de trámites excesivos, el pago de impuestos y el trato discriminatorio de las organizaciones combinados con la ausencia de miedo al fracaso y falta de confianza.

4.5 Discusión y conclusiones

Este artículo tiene como objetivo evaluar la forma en que los factores institucionales formales e informales afectan a la actividad empresarial de la mujer en el sector turístico rural costarricense.

La actividad empresarial de la mujer se midió a través de su percepción sobre la generación de ganancias. Los factores formales fueron capital humano (educación, experiencia empresarial, habilidades de gestión empresarial), barreras burocráticas (trámites excesivos, pago de impuestos), financiación y apoyo gubernamental. Los factores informales fueron códigos de conducta (autoconfianza, miedo al fracaso), normas sociales (trato discriminatorio por organizaciones) y rol de la mujer dentro del núcleo familiar (trabajo y equilibrio familiar).

Para el análisis de los datos se utilizó el análisis comparativo cualitativo de conjuntos difusos (fsQCA), que es una metodología novedosa cuyo uso se está extendiendo cada vez más en la investigación turística y empresarial. Al enfocarse en la presencia y ausencia de condiciones, los resultados revelan la existencia de diferentes configuraciones que conducen al mismo resultado. FsQCA es un instrumento útil para identificar las diferentes combinaciones de factores institucionales formales e informales que dificultan la generación de ganancias en las mipymes turísticas rurales costarricenses.

Los principales hallazgos de esta investigación revelan que, tanto la combinación de la ausencia y la presencia de los factores formales como los informales afectan la actividad empresarial femenina.

Como la cobertura única nunca es cero para ninguna configuración, se puede concluir que cada configuración representa una contribución única a la explicación de las bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina del sector turístico rural costarricense.

La presencia de bajos niveles de capital humano, se manifiesta en 3 de las 5 configuraciones, por lo que es una condición que influye en la actividad empresarial femenina. Por lo tanto, este hallazgo confirma la proposición 1 y se ajusta a lo indicado en la literatura: la carencia de habilidades técnicas o empresariales y la falta de experiencia laboral previa afectarán el desarrollo de una empresa (Fairlie y Robb, 2009; Gnyawali y Fogel, 1994).

Los resultados muestran particularmente que, dado que las barreras burocráticas aparecen en 4 de las 5 configuraciones que conducen a bajas o nulas ganancias en la actividad empresarial femenina, se puede suponer que son una condición crítica en esta situación. Este hallazgo confirma la proposición 2 y es consistente con lo expresado por Aidis et al. (2007) y Darbi et al. (2018), que los impuestos y los problemas legales y regulatorios son limitaciones para el desarrollo

empresarial de las mujeres. Sin embargo, las emprendedoras perciben que poseer bajos niveles de capital humano y no tener apoyo gubernamental combinado con la ausencia de barreras burocráticas también les dificulta la generación de ganancias.

La presencia de dificultades de acceso a financiación en dos configuraciones demuestra que es un factor importante que se relaciona con las bajas o nulas ganancias de las emprendedoras. Esto confirma la proposición 3, encontrándose en línea de diversos estudios (Ascher, 2012; Carter y Williams, 2003; Hill et al., 2006; Marlow y Patton 2005) que consideran que el limitado acceso de las emprendedoras al capital financiero les impide hacer crecer sus negocios.

Otro hallazgo importante es que, las emprendedoras perciben que la presencia de barreras burocráticas y el trato discriminatorio de las organizaciones combinado con la ausencia de falta de confianza las lleva a la generación de bajas o nulas ganancias. Se puede explicar que las emprendedoras no percibieran este último factor como una dificultad para generar ganancias, con lo expresado por Cacciotti y Hayton (2015), la visión del miedo al fracaso es un estado pasajero que emerge y desaparece en respuesta a las señales ambientales cambiantes, por lo que varía según las expectativas de los emprendedores.

Con respecto al factor formal, débil apoyo gubernamental y a los factores informales, códigos de conducta, normas sociales y rol de la mujer dentro del núcleo familiar, tanto su presencia como su ausencia combinados con otras condiciones se asocian a bajas o nulas ganancias, por lo que, las proposiciones 4, 5, 6 y 7 se confirman parcialmente.

La presencia de los factores institucionales formales, barreras burocráticas y bajos niveles de capital humano, se encontraron presentes en más de la mitad de las configuraciones que, combinados con la presencia y ausencia de factores tanto formales como informales conllevan a la generación de bajas o nulas ganancias. Esto es coincidente con lo expresado por Cabrera y

Mauricio (2017), ya que el marco institucional formal está lleno de características culturales a través de las cuales a las mujeres generalmente se les atribuye un cierto valor, por lo que, puede tener una influencia positiva o negativa.

Los resultados de esta investigación tienen implicaciones significativas. Las mujeres emprendedoras perciben los factores institucionales formales como barreras importantes para su actividad empresarial. Estas son barreras que se pueden cambiar con políticas públicas adecuadas que se orienten a la simplificación de los trámites para formalizar sus empresas, la reducción en el pago de tasas e impuestos, asesoramiento en la realización de trámites de formalización o asociados con la actividad turística (declaratoria turística, incentivos turísticos, certificación de sostenibilidad turística), programas de capacitación y facilidades de acceso a la tecnología dirigidas a las micro y pequeñas empresas femeninas.

Sin embargo, los factores institucionales informales no se perciben como dificultades importantes para la actividad empresarial femenina porque las emprendedoras no consideran que sean comportamientos que se puedan modificar.

Estos resultados contribuyen a la comprensión del proceso emprendedor de las mujeres desde la teoría institucional (Aidis, 2005; Álvarez et al., 2011; Álvarez et al., 2012; Díaz Casero et al., 2005; Ferri y Urbano, 2010; Noguera et al., 2013; Roomi et al., 2018; Yunis et al., 2018), haciendo uso de fsQCA se analizan las combinaciones de los factores institucionales que influyen en la actividad empresarial de las emprendedoras.

Estos resultados pueden ser utilizados por los gobiernos, los formuladores de políticas y las instituciones públicas y privadas para estimular la actividad empresarial femenina del sector turístico rural costarricense. Al diseñar políticas públicas, programas y proyectos que promuevan la empresarialidad femenina, se deben tener en cuenta las herramientas necesarias para aminorar

los obstáculos que impiden su crecimiento, fortalecer su liderazgo, y su empoderamiento económico y contribuir al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.

Este estudio tiene algunas limitaciones, que se presentan como oportunidades para futuras investigaciones. El estudio cuenta con una muestra limitada al no existir una base de datos sólida de mujeres emprendedoras en el turismo rural en Costa Rica. Sería interesante contar con una muestra más grande que permita la utilización de diferentes metodologías y análisis de resultados para estudiar las dificultades que enfrentan las empresarias durante el desarrollo de sus negocios. Asimismo, futuros estudios podrían utilizar una variable diferente para el resultado que mida el rendimiento a través de datos cuantitativos.

En esta investigación nuestra prioridad es conocer las dificultades que enfrenta la mujer emprendedora en el turismo rural costarricense debido a la falta de información que existe en torno a este tema, no obstante, sería interesante realizar un estudio comparativo basado en el género para indagar las similitudes y diferencias que afectan los resultados de las empresas en este sector.

Referencias

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- Ahl, H. y Nelson, T. (2015). How policy positions women entrepreneurs: A comparative analysis of state discourse in Sweden and the United States. *Journal of Business Venturing*, 30(2), 273-291. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.08.002>
- Aidis, R. (2005). Institutional Barriers to Small- and Medium-Sized Enterprise Operations in Transition Countries. *Small Business Economics*, 25(4), 305-318. <https://doi.org/10.1007/s11187-003-6463-7>

- Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D. y Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies: the case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13(2), 157–183. <https://doi.org/10.1080/13545700601184831>
- Albort Morant, G. y Oghazi, P. (2016). How useful are incubators for new entrepreneurs? *Journal of Business Research*, 69(6), 2125–2129. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.019>
- Álvarez, C., Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: Un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*, (383), 43-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903896>
- Álvarez, C., Urbano, D. Coduras, A., y Navarro, J. R. (2011). Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 120-140. <https://doi.org/10.1108/14626001111106460>
- Amine, L. S., y Staub, K. M. (2009). Women entrepreneurs in sub-Saharan Africa: An institutional theory analysis from a social marketing point of view. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(2), 183-211. <https://doi.org/10.1080/08985620802182144>
- Ascher, J. (2012). Female Entrepreneurship – An appropriate response to gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation*, 8(4), 97–114. <https://doi.org/10.7341/2012847>
- Bardasi, E., Sabarwal, S. y Terrell, K. (2011). How do female entrepreneurs perform? Evidence from three developing regions. *Small Business Economics*, 37(4), 417-441. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9374-z>
- Basil Zwiendelaar, J. (2017). *A configuration study based on performance nascent Ventures* [Tesis doctoral]. Universidad Massey.

https://mro.massey.ac.nz/bitstream/handle/10179/13161/02_whole.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Basurto, X. y Speer, J. (2012). Structuring the calibration of qualitative data as sets for qualitative comparative analysis (QCA). *Field Methods*, 24(2), 155-174.

<https://doi.org/10.1177/1525822X11433998>

Becchetti, L. y Trovato, G. (2002). The Determinants of Growth for Small and Medium Sized Firms. The Role of the Availability of External Finance. *Small Business Economics*, 19(4), 291-306. <https://doi.org/10.1023/A:1019678429111>

Bol, D. y Luppi, F. (2013). Confronting theories based on necessary relations: Making the best of QCA possibilities. *Political Research Quarterly*, 66(1): 205-210.

<https://doi.org/10.1177/1065912912468269g>

Braidford, P. y Stone, I. W. (5-7 November 2008). *Women's business centres - lessons learned from USA, Sweden and Canada*. Institute for Small Business & Entrepreneurship, Belfast.

<https://www.semanticscholar.org/paper/Women's-business-centres-lessons-learned-from-USA%2C-Braidford-Stone/a5d9036ad2baadce80bc975cf06138d5c7bf0fb0>

Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(2), 144-161.

<https://doi.org/10.1108/13552550510590554>

Brinks, D. M. (2003). Informal Institutions and the Rule of Law: The Judicial Response to State Killings in Buenos Aires and São Paulo in the 1990s, *Comparative Politics*, 36(1), 1-19.

<https://www.jstor.org/stable/4150157>

- Bruhn, M. (2009). *Female-Owned Firms in Latin America: Characteristics, Performance, and Obstacles to Growth* [Policy Research Working Paper, No. 5122]. World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/19961>
- Bruton, G. D., Ketchen D. J. y Ireland R. D. (2013). Entrepreneurship as a solution to poverty. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 683-689. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.01.010>
- Bruton G. D., Khavul S. y Chavez, H. (2011). Microlending in emerging economies: Building a new line of inquiry from the ground up. *Journal of International Business Studies*, 42(5), 718-739. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.58>
- Cabrera, E. M. y Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>
- Cacciotti, G. y Hayton, J. (2015). Fear and Entrepreneurship: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 165-190. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12052>
- Carr, M. y Chen, M. (2004). Globalization, social exclusion and gender. *International Labour Review*, 143(1), 129-160. <https://doi.org/10.1111/j.1564-913X.2004.tb00548.x>
- Carter, S., Anderson, S. y Shaw, E. (2001). *Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature* [Report to the Small Business Service]. University of Strathclyde. <https://www.researchgate.net/publication/237222197>
- Carter, N. M. y Williams, M. L. (2003). Comparing social feminism and liberal feminism: The case of new firm growth. En Butler, J. E. (Ed.), *New perspectives on women entrepreneurs* (pp. 25–50). Information Age.

- Carter, N. M., Brush, C. B., Gatewood, E. J., Greene, P. G. y Hart, M. M. (2003). Financing entrepreneurship: Is gender an issue? En The Center for Economic Progress (Ed.), *Critical Junctures in Women's Economic Lives: A Collection of Symposium Papers* (pp. 45-51). The Center for Economic Progress.
- Cetindamar, D., Gupta, V., Karadeniz, E. y Egrican, N. (2012). What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24(1-2), 29-51.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637348>
- Coleman, S. y Robb, A. (2009). A comparison of new firm financing by gender: Evidence from the Kauffman Firm Survey data. *Small Business Economics*, 33(4), 397-411.
<https://doi.org/10.1007/s11187-009-9205-7>
- Dana, L. P. (1990). Saint Martin/Sint Maarten: A Case Study of the Effects of Culture on Economic Development. *Journal of Small Business Management*, 28(4), 91-98.
<https://search.proquest.com/docview/220954188?accountid=37045>
- Daou, A., Karuranga, E. y Su, Z. (2013). Intellectual Capital In Mexican SMEs From The Perspective Of The Resource-Based And Dynamic Capabilities Views. *Journal of Applied Business Research*, 29(6), 1673-1688. <https://doi.org/10.19030/jabr.v29i6.8206>
- Darbi, W. P. K., Hall, C. y Knott, P. (2018). The Informal Sector: A Review and Agenda for Management Research. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 301-324.
<https://doi.org/10.1111/ijmr.12131>
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 405-429.
[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90028-C](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90028-C)

- Davidsson, P. y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Delmar, F. y Holmquist, C. (3-5 June 2004). Women's entrepreneurship: Issues and policies. En *2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs), Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy*. <http://www.oecd.org/cfe/smes/31919215.pdf>
- Denzau, A. y North, D. (1994). Shared Mental Models: Ideologies and Institutions, *Kyklos*, 47(1), pp. 3-31. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.1994.tb02246.x>
- De Vita, L., Mari, M. y Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>
- Díaz Casero, J. C. (2003). *La creación de las empresas en Extremadura. Un análisis institucional* [Tesis doctoral]. Universidad de Extremadura. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=1282>
- Díaz Casero, J. C., Urbano Pulido, D. y Hernández Mogollón, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(3), 209-230. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1358011>
- Díaz Casero, J. C., Hernández Mogollón, R. y Urbano Pulido, D., (2006). Hacia un modelo institucional de creación de empresas. *Boletín De Estudios Económicos*, 61(189), 495-522. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2200878>
- Estrin, S. y Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 37(4), 397-415. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9373-0>

- Fairlie, R. y Robb, W. (2009). Gender differences in business performance: Evidence from the Characteristics of Business Owners survey. *Small Business Economics*, 33(4), 375-395. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1260987>
- Fernandes Crespo, N. (2017). Cross-cultural Differences in the Entrepreneurial Activity of Men and Women: A Fuzzy-set Approach. *Gender in Management: An International Journal*, 32(4), 281-99. <https://doi.org/10.1108/GM-03-2016-0072>
- Ferri, E., y Urbano, D. (Septiembre 2010). *Environmental factors and social entrepreneurship* [documento de trabajo No. 10/3]. Universidad Autónoma de Barcelona: Departamento de Economía de la Empresa. <https://recercat.cat/handle/2072/97455#>
- Fiss, P. C. (2007). A set-theoretic approach to organizational configurations. *Academy of Management Review*, 32(4), 1180–1198. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.26586092>
- Gerrits, L. y Verweij, S. (2018). *The evaluation of complex infrastructure projects: A guide to qualitative comparative analysis*. Edward Elgar Publishing. <https://ssrn.com/abstract=3416103>
- Gielnik, M. M. y Frese, M. (2013). Entrepreneurship and poverty reduction: Applying IO psychology to microbusiness and entrepreneurship in developing countries. En Olson Buchanan, J., Koppes Bryan, L. y Foster Thompson, L. (Eds.), *Using industrial-organizational psychology for the greater good: Helping those who help others* (pp. 394-438). Routledge, Taylor Francis. https://www.researchgate.net/publication/281528448_Entrepreneurship_and_poverty_reduction_Applying_IO_psychology_to_microbusiness_and_entrepreneurship_in_developing_countries

- Giménez, D. y Calabrò, A. (2018). The salient role of institutions in Women's entrepreneurship: a critical review and agenda for future research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 857-882. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0480-5>
- Gnyawali, D. R. y Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 43–62. <https://doi.org/10.1177/104225879401800403>
- Hashi, I. (2001). Financial and Institutional Barriers to SME Growth in Albania: Results of an Enterprise Survey. *MOST: Economic Policy in Transitional Economies*, 11(3), 221-238. <https://doi.org/10.1023/A:1013157127524>
- Hertz, N. (2011). *Women and banks. Are female customers facing discrimination?* Institute for Public Policy Research. <https://www.ippr.org/publications/women-and-banks-are-female-customers-facing-discrimination>
- Hill, F. M., Leitch, C. M. y Harrison, R. T. (2006). 'Desperately seeking finance?' The demand for finance by women-owned and -led businesses. *Venture Capital*, 8(2), 159-182. <https://doi.org/10.1080/13691060600555347>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2016). Manual de Clasificación Geográfica con Fines Estadísticos de Costa Rica. <http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/meinstitucionalmcgfecr.pdf>
- Jardón, C. M. y Martos, M. S. (2009). Intellectual capital and performance in wood industries of Argentina. *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), 600-616. <https://doi.org/10.1108/14691930910996670>

- Jennings, J. E. y Mcdougald, M. S. (2007). Work-Family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. *The Academy of Management Review*, 32(3), 747-760. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275510>
- Kelley, D., Brush, C., Greene, P., Herrington, M., Ali, A. y Kew, P. (2015). GEM 2014 Women's Entrepreneurship Special Report. <http://gemconsortium.org/report/49281>
- Khaleque, A. (2018). Performance of Women Entrepreneurs: ¿Does Access to Finance Really Matter? *Eurasian Journal of Business and Economics*, 11(21), 23-48. <https://doi.org/10.17015/ejbe.2018.021.02>
- Kim, P., Aldrich, H. y Keister, H. (2006). Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States. *Small Business Economics*, 27(1), 5-22. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-0007-x>
- Lee, J. H., Sohn, S. Y. y Ju, Y. H. (2011). How effective is government support for Korean women entrepreneurs in small and medium enterprises? *Journal of Small Business Management*, 49(4), 599–616. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00338.x>
- Lerner, M. y Haber, S. (2001). Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment, *Journal of Business Venturing*, 16(1), 77-100. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00038-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00038-5)
- Legewie, N. (2013). An Introduction to Applied Data Analysis with Qualitative Comparative Analysis (QCA). *Forum Qualitative: Qualitative Social Research/ Sozialforschung*, 14(3), 1-33. <https://doi.org/10.17169/fqs-14.3.1961>
- Lumpkin, G. T. y Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>

- Mayoux, L. (2001). *Jobs, Gender and Small Enterprises: Getting the Policy Environment Right* [SEED Working Paper No. 15]. International Labour Organization. https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/2001/101B09_94_engl.pdf
- Medina, I., Castillo Ortiz, P. J., Álamos Concha, P. y Rihoux, B. (2017). Análisis Cualitativo Comparado (QCA). *Cuadernos metodológicos*, (56). Centro de Investigaciones Sociológicas.
- McGowan, P., Lewis Redeker, C., Cooper, S. y Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24 (1-2), 53-72. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>
- Mckelvie, A. y Davidsson, P. (2009). From resource base to dynamic capabilities: an investigation of new firms. *British Journal of Management*, 20(s1), S63-S80. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2008.00613.x>
- Meyer, J. W. (1977). The Effects of Education as an Institution. *American Journal of Sociology*, 83(1), 55-77. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Effects-of-Education-as-an-Institution-Meyer/4f999a3f339e48f1dfeabdd19cf786108200e82b>
- Mueller, S. L. y Dato-On, M. C. (2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneur self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(1), 3-20. <https://doi.org/10.1142/S108494670800082X>
- Noguera, M. (2012). *Female entrepreneurship in Catalonia: an institutional approach* [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://www.tdx.cat/handle/10803/116322>

- Noguera, M., Álvarez, C. y Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183-197.
<https://doi.org/10.1007/s11365-013-0251-x>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance* (Political Economy of Institutions and Decisions). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>
- North, D. C. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica.
- North, D. C. (1994). Economic Performance Through Time. *American Economic Review*, 84(3), 359 - 368. <https://www.jstor.org/stable/2118057>
- North, D. C. (2005). *Understanding the process of economic change*. Princeton.
<https://www.jstor.org/stable/j.ctt7zvbxt>
- Organización Internacional del Trabajo. (2019a). *Las mujeres en la gestión empresarial: argumentos para un cambio*.
https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_700979/lang--es/index.htm
- Organización Internacional del Trabajo. (2019b). *Las mujeres en la gestión empresarial: cuatro estudios de caso sobre las mujeres empresarias en América Central*.
https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_732554/lang--es/index.htm
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Global report on women in tourism*. 2ª edición.
<https://www.unwto.org/publication/global-report-women-tourism-2-edition>

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2014). *Social institutions and gender index: 2014 Synthesis Report*, <http://www.oecd.org/dev/development-gender/BrochureSIGI2015-web.pdf>
- Quader, M. S. (2012). A characteristic model of successful women entrepreneurs in the UK. *Journal of Services Research*, 12(1), 89-113. https://www.academia.edu/22855966/a_characteristic_model_of_successful_women_entrepreneurs_in_the_uk
- Ragin, C. C. (1987). *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. University of California Press.
- Ragin, C. C. (2006). Set relations in social research: Evaluating their consistency and coverage. *Political analysis*, 14(3), 291-310. www.jstor.org/stable/25791854
- Ragin, C. C. (2008). *Redesigning Social Inquiry: Fuzzy Sets and Beyond*. University of Chicago Press.
- Ramadani, V., Rexhepi, G., Abazi-Alili, H., Beqiri, B. y Thaçi, A. (2015). A look at female entrepreneurship in Kosovo: An exploratory study. *Journal of Enterprising Communities*, 9(3), 277-294. <https://doi.org/10.1108/JEC-04-2015-0027>
- Rey-Martí, A., Porcar, A. T. y Mas-Tur, A. (2015). Linking female entrepreneurs' motivation to business survival. *Journal of Business Research*, 68(4), 810-814. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.033>
- Rihoux, B. y De Meur, G. (2009). Crisp-set qualitative comparative analysis (csQCA). En Rihoux, B., y Ragin, C. (eds.). *Configurational comparative methods: Qualitative comparative analysis and related techniques*, 33-68. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452226569>

- Rihoux, B. y Ragin, C. (2009). *Configurational comparative methods: Qualitative comparative analysis and related techniques*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
<https://doi.org/10.4135/9781452226569>
- Roomi, M. A., Rehman, S. y Colette, H. (2018). Exploring the normative context for women's entrepreneurship in Pakistan: A critical análisis. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 158-180. <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2018-0019>
- Rosa, P., Carter, R. y Hamilton, D. (1996). Gender as determinant of small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, 8(6), 463-478.
<https://doi.org/10.1007/BF00390031>
- Sarfaraz, L., Faghih, N. y Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 1-11.
<https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-6>
- Sena, V., Scott, J. y Roper, S. (2012). Gender, Borrowing Patterns and Self-employment: Some Evidence for England. *Small Business Economics*, 38(4), 467-80.
<https://doi.org/10.1007/s11187-010-9272-9>
- Singh, R. P. y Lucas, L. M. (2005). Not just domestic engineers: an exploratory study of homemaker entrepreneurs. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 29(1), 79-90.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00070.x>
- Siqueira, A. C. O. y Bruton, G. D. (2010). High-Technology Entrepreneurship in Emerging Economies: Firm Informality and Contextualization of Resource-Based Theory. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 57(1), 39-50.
<https://doi.org/10.1109/TEM.2009.2028323>

- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (Junio de 2010). *Desarrollando mujeres empresarias: la necesidad de replantear políticas y programas de género en el desarrollo de PYMES* [documento de trabajo No. 5-10]. Secretaría Permanente del SELA. <http://www.sela.org/media/268540/desarrollando-mujeres-empresarias-pymes.pdf>
- Smithson, M. (1987). *Fuzzy Set Analysis for Behavioral and Social Sciences*. Springer-Verlag.
- Schneider, C. y Wagemann, C. (2012). *Set-theoretic methods for the social sciences: A guide to qualitative comparative analysis*. Cambridge University Press.
- Storey, D. J. (2004). Racial and Gender Discrimination in the Micro Firms Credit Market?: Evidence from Trinidad and Tobago. *Small Business Economics*, 23(5), 401-422. <https://doi.org/10.1007/s11187-004-7259-0>
- Sullivan, D. M., y Meek, W. R. (2012). Gender and Entrepreneurship: A Review and Process Model. *Journal of Managerial Psychology*, 27(5), 428-458. <https://doi.org/10.1108/02683941211235373>
- Thiem, A., y Dusa, A. (2013). *Qualitative Comparative Analysis with R. A User's Guide*. Springer.
- Torres, L. L. (2018). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios. Estudio transversal en 4 rangos de edad que abarca de los 18 a los 49 años* [Tesis Doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/47905/1/T39985.pdf>
- Ufuk, H. y Özgen O. (2001). Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 95-106. <https://doi.org/10.1023/A:1010712023858>

- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M. y Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341-358. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>
- Valencia Silva, M. (2010). *Factores que influyen en los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres* [Tesis Doctoral]. Universidad Ramón Llul. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=89049>
- Verkuilen, J. (2005). Assigning Membership in a Fuzzy Set Analysis. *Sociological Methods & Research*, 33(4), 462-496. <https://doi.org/10.1177/0049124105274498>
- Woodside, A. G. (2013). Moving beyond multiple regression analysis to algorithms: calling for adoption of a paradigm shift from symmetric to asymmetric thinking in data analysis and crafting theory. *Journal of Business Research*, 66(4), 463-472. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.12.021>
- Xu, H., Wang C., Wu J., Liang Y., Jiao, Y. y Nazneen, S. (2018). Human Poverty Alleviation through Rural Women's Tourism Entrepreneurship. *Journal of China Tourism Research*, 14(4), 445-460. <https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1507860>
- Young, E. C., y Welsch, H. P. (1993). Major elements in entrepreneurial development in central Mexico. *Journal of Small Business Management*, 31(4), 80-85. <https://search.proquest.com/docview/220999814?accountid=37045>
- Yunis, M. S., Hashim, H. y Anderson, A. R. (2018). *Enablers and Constraints of Female Entrepreneurship in Khyber Pukhtunkhawa*. Institutional and Feminist Perspectives. *Sustainability*, 11(1), 27-47. <https://doi.org/10.3390/su11010027>

Zwan, P., Verheul, I. y Thurik, A. (2012). The entrepreneurial ladder, gender, and regional development. *Small Business Economics*, 39(3), 627-643. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9334-7>

Capítulo V.

Observaciones finales

Los estudios sobre las mujeres emprendedoras han ganado relevancia en los últimos años por sus importantes aportes a las economías y su contribución a la reducción de las desigualdades. La presente investigación pone de manifiesto conclusiones importantes en el área de las mujeres emprendedoras y de las mipymes en turismo rural en Costa Rica. Este campo ha sido poco estudiado, dado que el acceso a la información ha sido muy limitado, y que aporta datos relevantes para los tomadores de decisiones y para las propias emprendedoras.

El modelo de desarrollo turístico sostenible que se promueve en Costa Rica, así como su competitividad turística, han permitido que se reconozca el turismo rural como un producto turístico que complementa a los ya existentes. Esto ha facilitado la consolidación de una oferta turística rural variada en la que las mujeres emprendedoras desempeñan un papel importante.

La revisión de literatura reveló que las mujeres emprendedoras en todo el mundo comparten muchos rasgos. Se destaca su limitado acceso a la financiación, la informalidad y la necesidad de equilibrar su vida familiar y profesional. Estas mujeres se benefician de sus emprendimientos porque les permite aumentar su ingreso familiar, lo que repercute en una mejor calidad de vida y obtienen las ventajas procedentes de su empoderamiento a través de la creación de su empresa. La principal característica diferenciadora de las emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica, según la literatura revisada es que parecen mostrar un nivel educativo inferior al del resto del ecosistema femenino emprendedor en el país. Estas mujeres emprenden no solo motivadas por mejorar su nivel de vida al generar sus propios ingresos, sino también para mostrar su modo de vida vinculado a sus raíces culturales.

El análisis de las emprendedoras rurales entrevistadas permite diferenciar entre exitosas y con dificultades a las mujeres emprendedoras en el turismo rural costarricense. El grupo de las mujeres emprendedoras que prosperan está constituido por emprendedoras que, a pesar de poseer educación primaria completa y no recibir capacitación, reconocen como su profesión ser empresarias. Además, son jefas de hogar, casadas, que no tienen personas a cargo, pero que, sin embargo, de 1 a 2 personas dependen económicamente de ellas. Sus empresas tienen más de 5 años de antigüedad, se ubican en el hogar y operan informalmente. Estas empresarias recibieron financiamiento, procedente principalmente de donaciones. Sus empresas presentan un mejor desempeño, registran ventas mensuales entre \$0-\$176 y algunas veces, de más de \$1760 y generan ganancias que les permite reinvertir y diversificar o únicamente subsistir y vivir.

El clúster de las mujeres emprendedoras con dificultades se caracteriza por tener una edad media de 52 años, en su mayoría se dedican a la agricultura, únicamente poseen educación primaria completa, son jefas de hogar, están casadas, tienen personas mayores y menores de edad a cargo y de 3 a 4 dependientes económicos. Estas emprendedoras no han recibido financiamiento, sino que para emprender usaron sus propios ahorros o recibieron apoyo de la familia. Sus empresas tienen entre 1 a menos de 3 años de operar, predominantemente en la informalidad, están constituidas individualmente, se ubican en el hogar. Las mujeres en este clúster reportaron recibir capacitación; lo que parece ser que, les permite aprender a ser empresarias, las motiva a empoderarse y valorarse, y les enseña sobre temas turísticos. Sus empresas presentan un bajo desempeño, generan ventas mensuales entre \$0 a \$176 y \$353 a \$528 y las ganancias que obtienen apenas les permite subsistir y vivir.

Se evidencia que las emprendedoras cuyas empresas recibieron financiación a través de donaciones por parte de políticas públicas, a pesar de que reportaron obtener cifras altas de

ganancias para subsistir y diversificar, no indican que tuvieran suficiente para ahorrar, lo que puede suponer que estas mujeres requieren “recursos” adicionales para que sus empresas funcionen, ya que la ayuda que reciben mediante las donaciones, no les genera todo el retorno que se pudiera esperar. Contrariamente, las mujeres que usaron sus ahorros u obtuvieron apoyo familiar para constituir la empresa, tuvieron ventas bajas y apenas generaron ganancias para subsistir y vivir.

Los resultados obtenidos confirman la importancia de la afiliación a redes en la mejora del desempeño de las mipymes. El grupo de las emprendedoras cuya empresa se encuentra conformada como sociedad, asociación o cooperativa turística, reportó ventas más altas y generaron ganancias para subsistir y diversificar.

Sobre la formación de la emprendedora, no se puede afirmar que sea un factor que determine el éxito empresarial, ya que la mayoría de las mujeres en ambos grupos se caracterizan por tener educación primaria. Los resultados muestran que el acceso a capacitación no garantiza que se obtengan ventas más altas. Las emprendedoras con dificultades, que recibieron capacitación, consiguieron ventas bajas y ganancias para subsistir y vivir, mientras que, el grupo de las emprendedoras relativamente más jóvenes, que parecen prosperar, a pesar de que indicaron no recibir capacitación, tuvieron ventas relativamente más altas que les permitió generar ganancias para subsistir y diversificar.

El acceso a financiación se presenta, por tanto, como un elemento esencial para mejorar el desempeño de las mipymes turísticas rurales que, combinado con programas de capacitación turística y empresarial, la simplificación de trámites para formalizar sus empresas y el fomento del asociativismo puede contribuir a su crecimiento.

Por otro lado, los resultados de la tesis muestran que las mujeres emprendedoras turísticas rurales costarricenses perciben los factores institucionales formales como barreras importantes

para la generación de ganancias en su actividad empresarial. Las barreras burocráticas y los bajos niveles de capital humano combinados con la presencia o ausencia de factores tanto formales como informales representan una condición crítica que se vincula con la baja o nula generación de ganancias.

Los trámites excesivos, el pago de impuestos, la dificultad de acceso a financiación, el bajo nivel educativo, la carencia de experiencia empresarial y la falta de conocimientos en gestión empresarial son percibidos por las emprendedoras como factores que limitan el crecimiento de sus empresas.

Por otra parte, los factores institucionales informales no son percibidos por las emprendedoras como obstáculos importantes para generar ganancias, esto se puede deber a que estas mujeres consideran que estos son comportamientos que no se pueden cambiar. Al mismo tiempo, las mujeres costarricenses entrevistadas no perciben que la dificultad de equilibrar trabajo y familia, el miedo al fracaso y la falta de confianza sean factores importantes que dificulten el desarrollo de su actividad emprendedora. Esto puede deberse a que normalmente sus empresas se ubican en sus hogares y se desarrollan a pequeña escala.

5.1 Implicaciones

Esta tesis revela importantes implicaciones. Desde el punto de vista académico, esta investigación es un aporte al limitado conocimiento existente sobre la realidad de las empresas dirigidas por mujeres en el sector turístico rural costarricense. Los resultados obtenidos contribuyen a la expansión del conocimiento existente sobre las mujeres emprendedoras y la forma en que sus características y las de sus mipymes afectan el desempeño de su empresa (Cooper et al., 1997; Díaz y Jiménez, 2010; Meyer y Mostert, 2016; Shaw et al., 2009).

Se evidencia que las emprendedoras turísticas rurales en Costa Rica enfrentan importantes limitaciones en comparación con el resto de las emprendedoras debido a las responsabilidades familiares que les impide desplazarse lejos de sus hogares y a la limitada oferta laboral que caracteriza a las comunidades rurales. Por lo que, estas emprendedoras crean sus empresas dentro de su entorno, motivadas no solo para optar por una mejor calidad de vida, sino que, al mismo tiempo buscan contribuir al modelo de desarrollo turístico sostenible que caracteriza al país, por lo que sus emprendimientos se forjan en torno a su herencia cultural y transmiten su estilo de vida, sus costumbres y sus tradiciones. Aunque se trata de empresas de limitado crecimiento, representan una oportunidad para estas mujeres y para el desarrollo económico de sus comunidades, ya que permite que las mujeres fortalezcan su capacidad de agencia, de empoderamiento y de confianza en sí mismas.

Los resultados muestran que el éxito de los emprendimientos turísticos rurales está condicionado por el acceso a la financiación. No obstante, el apoyo de la familia y la afiliación de las mujeres a redes como cooperativas, asociaciones o sociedades, constituyen dos elementos importantes para el desempeño exitoso de sus empresas, ya que estos facilitan su acceso a fuentes de financiamiento. Por lo que, para impulsar el crecimiento y la mejora en el desempeño de sus empresas, es necesario que, adicional a la capacitación en gestión empresarial y al fomento de la asociatividad, a estas mujeres se les proporcione facilidades para acceder al crédito y para formalizar sus empresas.

Los resultados contribuyen a la comprensión del proceso emprendedor de las mujeres desde la teoría institucional (Aidis, 2005; Álvarez et al., 2011; Álvarez et al., 2012; Díaz Casero et al., 2005; Ferri y Urbano, 2010; Noguera et al., 2013; Roomi et al., 2018; Yunis et al., 2018), haciendo

uso de fsQCA, se examina empíricamente la relación entre los factores institucionales formales e informales y las bajas ganancias en el contexto de las mipymes turísticas rurales.

Se evidencia que las barreras burocráticas como el pago de impuestos y los trámites excesivos, los bajos niveles de capital humano y la dificultad de acceso a financiación son percibidas por las mujeres emprendedoras como los principales factores que se relacionan con las bajas ganancias en su actividad empresarial. Contrariamente, las emprendedoras no perciben los códigos de conducta y su rol en el núcleo familiar como obstáculos importantes para su actividad empresarial. Este resultado puede explicarse porque las emprendedoras consideran que estos últimos son comportamientos tradicionales que difícilmente se puedan modificar, mientras que los primeros dependen de que se brinden políticas públicas adecuadas enfocadas a las necesidades específicas de las mipymes rurales femeninas que permitan su consolidación y su crecimiento.

Los tres artículos apuntan hacia la importancia del acceso a la financiación como el elemento clave de desarrollo y éxito de las emprendedoras rurales costarricenses. La falta de acceso a financiación supone un límite a las posibilidades de crecimiento que sus pequeñas empresas podrían tener tras el acceso a educación especializada o la posibilidad de afiliación a redes. En esa misma línea, la burocracia y el pago de impuestos excesivos se perfilan como límites a la financiación de estas emprendedoras. Ninguno de los elementos de capacitación (cursos de formación) o de desarrollo personal y autoestima permiten romper el círculo vicioso que genera el limitado acceso a la financiación, muy vinculado con los bajos beneficios y la supervivencia de la empresa.

Las implicaciones de la investigación para las políticas públicas y para los tomadores de decisiones son clave para el desarrollo del emprendimiento rural en Costa Rica. Los resultados revelan cómo el crecimiento de la actividad empresarial femenina está determinado por factores

como el acceso a la financiación, las barreras burocráticas, el soporte gubernamental y el capital humano. Es necesario que el apoyo a estas mujeres se aborde de una manera integral y multidisciplinar, que no se enfoque únicamente en proporcionar asesoramiento a través de capacitaciones en negocios y gestión, ya que, esta capacitación por sí sola no brinda muchos beneficios a las emprendedoras. Es esencial proporcionarles fondos, reducir el pago de tasas e impuestos, facilitar el acceso a la tecnología y simplificar el proceso de acceso al crédito y de registro de la empresa, para que ésta se mueva. De esta manera, se podría impulsar a estas empresas a crecer y mejorar su desempeño.

5.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación

Esta investigación es un primer acercamiento para estudiar la realidad de las mujeres emprendedoras que participan en la actividad de turismo rural en Costa Rica, permitiendo comprender las características de las empresarias, sus empresas, su desempeño y las dificultades que enfrentan, como una herramienta para canalizar acciones que promuevan el empoderamiento de las mujeres y a su vez contribuyan a reducir la pobreza, fortalecer la cultura local, reducir el desempleo y diversificar la economía de las comunidades. Sin embargo, esta investigación no viene sin limitaciones que eventualmente podrían convertirse en futuras vías de investigación.

En esta investigación nuestra prioridad es conocer la situación actual de la mujer emprendedora en el turismo rural costarricense debido a la falta de información que existe en torno a este tema, sin embargo, futuras investigaciones se pueden enfocar en realizar un estudio comparativo basado en el género para indagar las similitudes y diferencias que caracterizan al empresariado en este sector. En esta línea, el tamaño de la muestra es pequeño, aunque ofrezca un gran detalle por parte de cada una de las emprendedoras. Un análisis con una muestra más amplia

ayudaría al desarrollo del conocimiento más exhaustivo de cada uno de los elementos que afectan al emprendimiento femenino rural.

Por otra parte, esta investigación da información valiosa sobre la situación de las mujeres de áreas rurales con un bajo índice de desarrollo social cantonal (quintil 1 y 2) que poseen emprendimientos turísticos. Se podría presumir un sesgo al dejar fuera a las mujeres emprendedoras rurales de otras regiones socioeconómicas del país como son la Región Central, la Región Huétar Norte y la Región Brunca, no obstante, los resultados son relevantes por sí mismos por la situación de vulnerabilidad económica en que se encuentran estas emprendedoras, representativa de una mayor vulnerabilidad.

Futuras investigaciones podrían estudiar otros recursos que influyen en el desempeño de las empresas femeninas turísticas rurales como su ubicación, o los diferentes niveles de formalización y compararlos con otros sectores económicos. También sería interesante que se realizaran estudios comparativos de los factores que afectan el desempeño de empresas dirigidas por mujeres en el sector turístico rural en los países latinoamericanos y del Caribe donde este tipo de turismo se encuentra bien posicionado. Finalmente, uno de los elementos subyacentes es la relevancia del asociacionismo entre las emprendedoras rurales y su papel en el crecimiento de sus empresas. Futuras investigaciones podrían profundizar en el análisis de los beneficios de la asociatividad para las mujeres emprendedoras en el sector turístico rural.

Referencias

- Aidis, R. (2005). Institutional Barriers to Small- and Medium-Sized Enterprise Operations in Transition Countries. *Small Business Economics*, 25(4), 305-318. <https://doi.org/10.1007/s11187-003-6463-7>
- Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D. y Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies: the case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13(2), 157–183. <https://doi.org/10.1080/13545700601184831>
- Álvarez, C., Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: Un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*, (383), 43-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903896>
- Álvarez, C., Urbano, D., Coduras, A. y Navarro, J. R. (2011). Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 120-140. <https://doi.org/10.1108/14626001111106460>
- Amine, L. S. y Staub, K. M. (2009). Women entrepreneurs in sub-Saharan Africa: An institutional theory analysis from a social marketing point of view. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(2), 183-211. <https://doi.org/10.1080/08985620802182144>
- Amit, R. y Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33-46. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140105>
- Ascher, J. (2012). Female Entrepreneurship – An appropriate response to gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation*, 8(4), 97–114. <https://doi.org/10.7341/2012847>

- Banco Central de Costa Rica. (2018). *Personas en la actividad turística*. Cuenta Satélite de Turismo, Departamento de Estadística Macroeconómica. Consultado el 9 de julio de 2020. <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>
- Banco Central de Costa Rica. (2020). *Divisas por concepto de turismo*. Departamento de Estadística Macroeconómica. Consultado el 9 de julio de 2020. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-econ%C3%B3micas/costa-rica/960-divisas-por-concepto-de-turismo/file.html>
- Banco Mundial. (2014, 29 de abril). *The Impact of Norms on Female Entrepreneurs*. <https://www.worldbank.org/en/events/2014/04/27/the-impact-of-norms-on-female-entrepreneurs>
- Banco Mundial. (2019). *Gender Statistics*. Consultado el 7 de julio de 2020. <http://datatopics.worldbank.org/gender/indicators>
- Barbieri, C. y Mshenga, P. (2008). The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms. *Sociologia Ruralis*, 48(2), 166-183. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00450.x>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bastakis, C., Buhalis, D. y Butler, R. (2004). The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators' power in Eastern Mediterranean. *Tourism Management*, 25(2), 151–170. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00098-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00098-0)

- Brinks, D. M. (2003). Informal Institutions and the Rule of Law: The Judicial Response to State Killings in Buenos Aires and São Paulo in the 1990s, *Comparative Politics*, 36(1), 1-19. <https://www.jstor.org/stable/4150157>
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30. <https://doi.org/10.1177/104225879201600401>
- Buttner, E. H. y Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlations with success. *Journal of Business Management*, 35(1) 34 – 46. <https://search.proquest.com/docview/220998405?accountid=37045>
- Cabrera, E. M. y Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>
- Carro, R. y González, D. (2012). *Productividad y Competitividad*. http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Carvalho, P. (2011). *Turismo e desenvolvimento: Estudos de caso no centro de Portugal*. Enciclopedia virtual eumed.net. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1181/index.htm>
- Caves, R. (1980). Industrial Organization, Corporate Strategy and Structure. *Journal of Economic Literature*, 18(1), 64-92. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7138-8_16
- Chakravarty, E. (2013). The rural women entrepreneurial edge. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 10(1), 33-36. <https://pdfs.semanticscholar.org/b18f/f92d29ec11c9124a3b680f486ed4a9ee8c4b.pdf>

- Cikic J, Jovanovic T y Nedeljkovic M. (2018). Business and/or Pleasure - Gender (In)Equalities in Rural Tourism in Vojvodina. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 20(7), 1341-1352. <http://journals.modares.ac.ir/article-23-20340-en.html>
- Cooper, A., Gimeno Gascón, F. y Woo, C. (1997). Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance. *The Journal of Private Equity*, 1(2), 13-30. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90013-2)
- Coughlin, J. H. y Thomas, R. E. (2002). The rise of women entrepreneurs: People, process, and global trends. Quarum Books.
- De Bruin A., Brush C. G. y Welter F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00176.x>
- Díaz Casero, J. C., Hernández Mogollón, R. y Urbano Pulido, D., (2006). Hacia un modelo institucional de creación de empresas. *Boletín De Estudios Económicos*, 61(189), 495-522. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2200878>
- Díaz Casero, J. C., Urbano Pulido, D. y Hernández Mogollón, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(3), 209-230. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1358011>
- Díaz, M.C. y Jiménez, JJ. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: Nuevas perspectivas del efecto género. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 13(42), 151-175. [https://doi.org/10.1016/S1138-5758\(10\)70006-2](https://doi.org/10.1016/S1138-5758(10)70006-2)
- Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship Strategies and Resources*. (4a ed.). Marsh Publications.

- Ferri, E. y Urbano, D. (Septiembre 2010). *Environmental factors and social entrepreneurship*, (documento de trabajo No. 10/3). Universidad Autónoma de Barcelona: Departamento de Economía de la Empresa. <https://recercat.cat/handle/2072/97455#>
- Fu, H., Okumus, F., Wu, K. y Köseoglu, M. A. (2019). The entrepreneurship research in hospitality and tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.005>
- Galán, B.P. y Fuller, N. (2015). Turismo rural comunitario, género y desarrollo en comunidades campesinas e indígenas del sur del Perú. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, (31), 95-119. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5590153>
- Giménez, D. y Calabrò, A. (2018). The salient role of institutions in Women's entrepreneurship: a critical review and agenda for future research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 857-882. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0480-5>
- Giménez, D. y Calabrò, A. (2018). The salient role of institutions in Women's entrepreneurship: a critical review and agenda for future research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 857-882. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0480-5>
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135. <https://doi.org/10.2307/41166664>
- Grant, R. M. (2006). Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones. (6ª ed.). Civitas.
- Greene P. G., Hart M. M, Gatewood E. J., Brush C. G. y Carter N. M. (2003). Women Entrepreneurs: Moving Front and Center. An Overview of Research and Theory. *Coleman White Paper Series*, 3(1), 1-47.

- https://www.researchgate.net/publication/253659404_Women_Entrepreneurs_Moving_Front_and_Center_An_Overview_of_Research_and_Theory
- Hall, R. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 13(2), 135-144. <https://doi.org/10.1002/smj.4250130205>
- Hill, C. W. L. y Jones, G. R. (2005). *Administración estratégica: Un enfoque integrado*. (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Instituto Costarricense de Turismo. (2017, abril). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2017- 2021*. Dirección de Planeamiento y Desarrollo. Consultado el 9 de julio de 2020. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo.html>
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. y Lonik, K. (2015). Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. *Tourism Management Perspectives*, (14), 17-24. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.02.001>
- Jennings, J. E. y Mcdougald, M. S. (2007). Work-Family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. *The Academy of Management Review*, 32(3), 747-760. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275510>
- Krannich, R. y Petrzela, P. (2003). Tourism and natural amenity development: Real opportunities. En D. Brown, y L. Swanson (Eds.), *Challenges for rural America in the twenty-first century* (pp. 190–199). University Park, PA: Penn State University Press.
- Külekçi, E. A., Sezen, I. y Bulut, Y. (2012). The role of women in rural tourism, the sample of Gaziler Village (Bardiz), Erzurum, Turkey. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 10(2), 1314-1319. https://www.researchgate.net/profile/Elif_Akpinar_Kuelekci/publication/267365106_The

- [role of women in rural tourism the sample of Gaziler Village Bardiz Erzurum Turkey/links/5b4db85fa6fdcc8dae24bf3c/The-role-of-women-in-rural-tourism-the-sample-of-Gaziler-Village-Bardiz-Erzurum-Turkey.pdf](#)
- Ling, R. S. J., Bihu, W., Park, J., Hua, S. y Morrison, A. M. (2013). Women's role in sustaining villages and rural tourism in China. *Annals of Tourism Research*, 43, 634–638. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2013.07.009>
- Mastercard. (2019). Index of Women Entrepreneurs 2019. <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/11/Mastercard-Index-of-Women-Entrepreneurs-2019.pdf>
- Meyer, N. (2018). Research on female entrepreneurship: are we doing enough? *Polish Journal of Management Studies*, 17(2), 158-169. <http://doi.org/10.17512/pjms.2018.17.2.14>
- Meyer, N. y Mostert, C. (2016). Perceived barriers and success factors of female entrepreneurs enrolled in an entrepreneurial programme. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, (8)1, 48-66. <http://repository.nwu.ac.za/handle/10394/24513>
- Noguera, M., Álvarez, C. y Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183-197. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0251-x>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance* (Political Economy of Institutions and Decisions). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance* (Political Economy of Institutions and Decisions). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>

- North, D. C. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. Fondo de Cultura Económica.
- North, D. C. (1994). Economic Performance Through Time. *American Economic Review*, 84(3), 359 - 368. <https://www.jstor.org/stable/2118057>
- North, D. C. (2005). *Understanding the process of economic change*. Princeton University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt7zvbxt>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Global Report on Women in Tourism* (2a ed.). <https://doi.org/10.18111/9789284420384>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama del turismo internacional, edición 2019*. <https://doi.org/10.18111/9789284421237>
- Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo. (1994). *Tourism Strategies and Rural Development*. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf>
- Pato, M. L. y Teixeira, A. A. C. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28. <https://doi.org/10.1111/soru.12058>
- Pérez López, C. (2004). *Técnicas de análisis multivariante de datos: aplicaciones con SPSS*. Pearson Educación. <https://elibro.net.una.remotexs.co/es/lc/unacr/titulos/45315>
- Priem, R. L. y Butler, J. E. (2001). Is the resource-based "view" a useful perspective for strategic management research? *Academy of Management Review*, 26(1), 22-40. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011928>
- Radović, G. y Radović-Marković, M. (2016). Significance of rural tourism for female entrepreneurship development in the Republic of Serbia. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, (3-4), 3-19. <https://www.library.iien.bg.ac.rs/index.php/jwee/article/view/260>

- Reis, P. (2012). Desenvolvimento local: O binómio turismo/áreas rurais nas estratégias de desenvolvimento local. *Exedra*, (6), 155–172. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3936756>
- Ribeiro, J. C., Freitas, M. M. y Mendes, R. B. (2001). *O turismo no espaço rural: Uma digressão pelo tema a pretexto da situação e evolução do fenómeno em Portugal* [NIPE Working Paper Series N° 1]. <http://hdl.handle.net/1822/1397>
- Roomi, M. A., Rehman, S. y Colette, H. (2018). Exploring the normative context for women's entrepreneurship in Pakistan: A critical analysis. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 158-180. <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2018-0019>
- Rosa, P., Carter, S. y Hamilton, D. (1996). Gender as a determinant of small business performance: Insights of a British study. *Small Business Economics*, 8, 463-478. <https://doi.org/10.1007/BF00390031>
- Shaw, E., Marlow, S., Lam, W. y Carter, S. (2009). Gender and entrepreneurial capital: Implications for firm performance. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 25-41.0 <https://doi.org/10.1108/17566260910942327>
- Talón-Ballesteros, P., Abad-Romero, P. y González-Serrano, L. (2014). Emprendimiento de la mujer en el ámbito rural: el turismo como motor de desarrollo. *Esic Market Economics and Business Journal*, 45(3), 579–604. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4939505>
- Tambunan, T. (2004). Women Entrepreneurs in Indonesia: their main constraints and reasons. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*. 5(3), 37-51. http://www.asiaentrepreneurshipjournal.com/2009/December_2009.pdf#page=39

- Teece, D. J., Pisano, G. y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*. 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Tinsley, R. y Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International Journal of Hospitality Management*, 20(4), 367–378. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(01\)00024-X](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(01)00024-X)
- Vaca Trigo, I. (2019). *Oportunidades y desafíos para la autonomía de las mujeres en el futuro escenario del trabajo* [Serie Asuntos de Género, N° 154]. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44408-oportunidades-desafios-la-autonomia-mujeres-futuro-escenario-trabajo>
- Vale, G. M. V., Correia, V. S. y Reis, R. F. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea*, 18(3) 311-327. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>
- Valencia, M. y Lamolla, L. (2005). The female-entrepreneurship field: 1990-2004. En *IV Iberoamerican Academy of Management*, Lisboa. https://www.academia.edu/4977763/THE_FEMALE-ENTREPRENEURSHIP_FIELD_1990-2004
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. y Thurik, R. (2001). *An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture*. Tinbergen Institute Discussion Papers. https://doi.org/10.1007/0-306-47556-1_2
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>

Yunis, M. S., Hashim, H. y Anderson, A. R. (2018). Enablers and Constraints of Female Entrepreneurship in Khyber Pukhtunkhawa, Pakistan: Institutional and Feminist Perspectives. *Sustainability*, *11*(1), 27-47. <https://doi.org/10.3390/su11010027>

Apéndice A

Guía de la información suministrada por el INAMU

1. Nombre de la emprendedora
2. Región, provincia, cantón, distrito
3. Domicilio
4. Datos de contacto (teléfono, correo electrónico)
5. Rango de edad (25 a 29, 30 a 34, 35 a 39, 40 a 44, 45 a 49, 50 a 54, 60 o más)
6. Nacionalidad
7. Profesión u oficio
8. Estado civil actual (el que rige legalmente)
9. Nivel de escolaridad (último año de educación aprobado) (ninguno, primaria incompleta, primaria completa, secundaria incompleta, secundaria completa, universitaria incompleta, universitaria completa)
10. ¿Es jefa de hogar? (sostiene económicamente a la familia y toma decisiones)
11. ¿Tiene personas a cargo? (menores de edad, adultos, adultos mayores, personas con discapacidad)
12. Número de personas dependientes económicamente (ninguna, 1 a 2, 3 a 4, 5 o más)
13. Idea de negocio
14. Negocio establecido (en marcha)
15. Tipo de producto o servicio
16. Ubicación de la empresa
17. Conformación de la empresa (individual o grupal)
18. Formalidad (formal o informal)
19. Tiempo de operación (menos de 1 año, de 1 año a menos de 3 años, de 3 a menos de 5 años, más de 5 años).
20. Nivel de ventas mensuales (\$0 a \$176, \$177 a \$352, \$353 a \$528, \$529 a \$704, \$705 a \$880, \$881 a \$1320, \$1321 a \$1760, Más de \$1760, No sabe, no responde)
21. Nivel de gastos mensuales (\$0 a \$176, \$177 a \$352, \$353 a \$528, \$529 a \$704, \$705 a \$880, \$881 a \$1320, \$1321 a \$1760, Más de \$1760, No sabe, no responde)
22. El negocio genera ganancias (genera para reinvertir y diversificar, genera para subsistir y para vivir, genera para ahorrar y crecer, no genera, no responde).
23. Ha recibido capacitación
24. Ha recibido financiamiento
25. Tipo de financiamiento

Apéndice B

Guía de la entrevista realizada a 13 emprendedoras

UNIVERSIDAD DE ALCALÁ DE HENARES, MADRID, ESPAÑA
DOCTORADO EN ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL
ENTREVISTA A EMPRENDEDORAS

Estimada participante:

El presente cuestionario tiene como propósito recabar información sobre el perfil de las emprendedoras de turismo rural en Costa Rica y de las características de sus empresas, así como sobre los factores de éxito y fracaso de los emprendimientos. Por favor, conteste cada pregunta de manera que la respuesta que emita sea fidedigna y confiable. La información que se recabe tiene por objeto la realización de un trabajo de investigación de doctorado relacionado con la mujer emprendedora en el turismo rural en Costa Rica. Son de interés los datos que pueda aportar de manera sincera y la colaboración que pueda brindar para llevar a cabo esta investigación. Se garantiza que toda la información suministrada será confidencial y utilizada con fines académicos. De antemano le agradezco por su tiempo y por su valiosa colaboración.

Nombre de la emprendedora: _____
Domicilio de la empresa: _____
Número de teléfono: _____
Correo electrónico: _____
Sitio Web de la empresa: _____
Fecha de realización de la entrevista: _____

Instrucciones: Le voy a realizar varias preguntas que pretenden recabar información sobre su perfil como emprendedora y las características de la empresa que dirige.

I. Perfil de la emprendedora

1.1 ¿Cuál es su edad? Marcar el rango en que se encuentra.

Menos de 29 30 a 39 40 a 49 50 a 59 Más de 60

1.2 ¿Cuál es su nacionalidad?

1.3 ¿Cuál es su profesión?

1.4 ¿Cuál es su nivel educativo?

Ninguno Primaria incompleta Primaria completa Secundaria incompleta

Secundaria completa Universitaria incompleta Universitaria completa

1.5 ¿Cuál es su estado civil?

Soltera Casada Unión Libre Divorciada Viuda Otro

1.6 ¿Tiene hijos?

Sí. ¿Cuántos?

No

1.7 ¿Qué edad(es) tiene(n) su(s) hijo(s)?

1.8 ¿Tiene familiares que dependen física o económicamente de usted?

Hijos menores de edad Hijos mayores de edad Familiares mayores Ninguno

Otro. Especifique.

1.9 ¿Antes de ser emprendedora se dedicaba a otra actividad?

Sí. No

1.10 Si la respuesta anterior fue positiva, responder las siguientes preguntas, de lo contrario pasar a la pregunta 1.12. ¿Qué posición ocupaba?

1.11 ¿La actividad de su empresa tiene relación con su anterior profesión?

Sí. ¿Cuál es la relación?

No

1.12 ¿Actualmente tiene otras fuentes de ingresos?

Sí. ¿Cuáles?

No

1.13 ¿En su familia existen otras empresarias u otros empresarios?

Sí. ¿Quién(es)? ¿A qué se dedica(n)?

No

1.14 ¿Ha recibido capacitación referente al manejo de empresas?

Sí. Especifique qué cursos recibió.

No

1.15 ¿Se encuentra afiliada a algún tipo de asociación u organización?

Sí. Especifique.

No

1.16 Si la respuesta anterior fue positiva, responder la siguiente pregunta, de lo contrario pasar a la pregunta 2.1. Las organizaciones a las que pertenece están conformadas únicamente por mujeres

Sí No

II. Caracterización de la empresa

2.1 ¿Cuál es el nombre comercial de la empresa?

2.2 ¿Cuál es la actividad principal de la empresa?

2.3 ¿Cuál es la constitución de la empresa?

Formal Informal En trámite

2.4 ¿Cuál es la forma jurídica de la empresa?

Persona física Persona jurídica No tiene

2.5 ¿Cuál es la antigüedad de la empresa?

Menos de tres meses 3 meses a 3 años y medio Más de 3 años y medio

2.6 ¿Cuál es el número de propietarios/as que tiene la empresa?

Único/a Más de uno ¿Cuántos?

2.7 ¿Cuál es la estructura de la empresa?

Familiar No familiar

2.8 ¿Dónde se ubica la empresa?

En el hogar Local comercial

Otro. Especifique.

2.9 Si la empresa se ubica en un local comercial, responder la siguiente pregunta de lo contrario pasar a la pregunta 2.10. El local que posee es:

Propio Rentado Familiar

2.9.1 Si utiliza un local rentado indicar el monto que paga por concepto de alquiler:

2.10 ¿Qué tipo de financiación utilizó para constituir la empresa?

Ahorros propios Apoyo familiar Socio Préstamo bancario

Otro. Especifique.

2.11 ¿Cuál es el tamaño de la empresa?

Micro (menos de 5 empleados) Pequeña (entre 6 y 30 empleados)

Mediana (entre 31 y 100 empleados)

2.12 Si no tiene empleados, pasar a la pregunta 2.16. ¿Cuántos empleados permanentes tiene?

2.13 ¿Cuántos son hombres y cuántas son mujeres?

2.14 ¿Cuántos empleados temporales tiene?

2.15 ¿Cuántos son hombres y cuántas son mujeres?

2.16 ¿Cuál fue el promedio de ventas totales mensuales de su empresa?

\$0 a \$176 \$177 a \$352 \$353 a \$528

\$529 a \$704 \$705 a \$880 \$881 a \$1320

\$1321 a \$1760 Más de \$1760 No sabe, no responde

2.17 ¿Su negocio fue rentable el año anterior? No responder si tiene menos de un año.

Sí fue rentable No fue rentable pero no tuvo pérdidas Tuvo pérdidas

2.18 ¿Elaboró un plan de negocios por escrito antes de iniciar su empresa?

Sí No

2.19 Si la respuesta anterior fue positiva, responder la siguiente pregunta, de lo contrario pasar a la pregunta 2.20.

¿Recibió ayuda de alguna persona o institución para elaborar el plan de negocios?

Sí. Especifique.

No

2.20 ¿Su empresa está afiliada a algún tipo de organización?

Sí. Especifique.

No

2.21 Si la respuesta anterior fue positiva, responder la siguiente pregunta, de lo contrario pasar a la pregunta 2.19. ¿Qué beneficios recibe de la organización a la que se encuentra afiliada?

2.22 ¿Utiliza servicios de consultoría externos (contador, mercadeo, aspectos legales, etc.)?

Sí. Especifique.

No

III. Preguntas abiertas

3.1 Defínase usted misma como emprendedora

3.2 ¿Cuáles habilidades directivas considera usted que posee?

3.3 ¿Qué la motivó a iniciar su negocio?

3.4 ¿Cuáles factores considera fueron determinantes para el éxito de su empresa?

3.5 ¿Cuáles dificultades u obstáculos han enfrentado usted y su empresa?

3.6 ¿Qué mecanismos utilizó para afrontar y superar las limitaciones a las que se enfrentó?

¿Cuáles dificultades han enfrentado usted como emprendedora y su empresa para la generación de beneficios económicos?

Instrucciones: De acuerdo con la pregunta anterior, le voy a leer varias afirmaciones. Me indica, por favor, cuál se aproxima más a su percepción, de acuerdo con la siguiente escala:

1	2	3	4	5			
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo			
4.1 Trámites excesivos que se requieren para establecer una empresa			1	2	3	4	5
4.2 Carece de experiencia empresarial			1	2	3	4	5
4.3 Débil soporte del gobierno			1	2	3	4	5
4.4 Dificultad para acceder a fuentes de financiamiento			1	2	3	4	5
4.5 Dificultad para equilibrar trabajo y familia			1	2	3	4	5
4.6 Falta de confianza			1	2	3	4	5
4.7 Falta de habilidades de gestión empresarial			1	2	3	4	5
4.8 Pago de impuestos			1	2	3	4	5
4.9 Miedo a fracasar			1	2	3	4	5
4.10 Trato discriminatorio por algunas organizaciones			1	2	3	4	5

Comentarios adicionales de la emprendedora

Apéndice C

Tablas análisis descriptivo

Tabla 1

Edad y nacionalidad de la emprendedora

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Edad	Menos de 29	1	2,6
	30 a 39	8	20,5
	40 a 49	9	23,1
	50 a 59	18	46,2
	Más de 60	3	7,7
Nacionalidad	Costa Rica	38	97,4
	Nicaragua	1	2,6

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 2

Estado civil de la emprendedora

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Estado civil	Casada	19	48,7
	Soltera	7	17,9
	Unión Libre	6	15,4
	Divorciada	6	15,4
	Viuda	1	2,6

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 3*Nivel educativo de la emprendedora*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Nivel educativo	Ninguno	1	2,6
	Primaria completa	14	35,9
	Primaria incompleta	3	7,7
	Secundaria completa	6	15,4
	Secundaria incompleta	11	28,2
	Universidad completa	1	2,6
	Universidad incompleta	3	7,7

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 4*Profesión de la emprendedora*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Profesión	Empresaria	11	28,2
	Ama de casa	10	25,6
	Agricultora	9	23,1
	Turismo	4	10,3
	Administradora	1	2,6
	Otra	4	10,3

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 5*Responsabilidades familiares de la emprendedora*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Jefa de hogar	Sí	22	56,4
	No	13	33,3
	No indica	4	10,3
Tiene personas a cargo	Sí	26	66,7
	No	12	30,8
	No indica	1	2,6
Número de dependientes económicos	Ninguno	7	17,9
	1 a 2	18	46,2
	3 a 4	12	30,8
	5 o más	2	5,1

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 6*Tipo de producto o servicio ofrecido por la emprendedora*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Tipo de producto o servicio	Hospedaje	13	33,3
	Tours locales	9	23,1
	Finca integral	7	17,9
	Comidas típicas	3	7,7
	Otros	7	17,9

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 7*Características de la empresa*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Ubicación de la empresa	Hogar	32	82,1
	Otro lugar	6	15,4
	No responde	1	2,6
Conformación de la empresa	Individual	27	69,2
	Grupal	12	30,8
Tipo de estructura de la empresa	Informal	29	74,4
	Formal	9	23,1
	No indica	1	2,6
Tiempo de operación de la empresa	Menos de 1 año	1	2,6
	De 1 a menos de 3 años	10	25,6
	De 3 a menos de 5 años	5	12,8
	Más de 5 años	23	59,0

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 8*Nivel de ventas mensuales*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Nivel de ventas mensuales	\$0 a \$176	9	23,1
	\$177 a \$352	5	12,8
	\$353 a \$528	7	17,9
	\$529 a \$704	3	7,7
	\$705 a \$880	1	2,6
	\$881 a \$1320	1	2,6
	Más de \$1760	4	10,3
	No sabe, no responde	9	23,1

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 9*Percepción sobre la generación de ganancias de la empresa*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
El negocio genera ganancias	Genera para subsistir y para vivir	15	38,5
	Genera para reinvertir y diversificar	10	25,6
	Genera para ahorrar y crecer	2	5,1
	No genera	4	10,3
	No responde	8	20,5

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39

Tabla 10*Capacitación y financiamiento*

Variable	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Ha recibido capacitación	Sí	19	48,7
	No	19	48,7
	No hay información	1	2,6
Ha recibido financiamiento	Sí	15	38,5
	No	15	38,5
	No hay información	9	23,1

Fuente: INAMU, 2017. Nota: n=39