



Universidad de Valladolid



**PROGRAMA DE DOCTORADO EN INVESTIGACIÓN TRANSDISCIPLINAR EN
EDUCACIÓN**

TESIS DOCTORAL

**Las mujeres en el sector vitivinícola de Castilla y León:
una iniciativa para impulsar el crecimiento rural mediante
el desarrollo de competencias emprendedoras**

**Presentada por Verónica Morcillo Casas para optar al grado de
doctora por la Universidad de Valladolid**

Dirigida por

Dr. Luis Carro Sancristóbal

Dra. Claudia Marcela Möller Recondo

2024

A todas las mujeres que, con pasión y valentía,
han transformado el medio rural

Agradecimientos

En este hito importante de mi trayectoria académica, deseo expresar mi gratitud a todas las personas que han influido tanto en mi vida personal como profesional a lo largo de estos años. A todas las personas que de alguna manera han contribuido a la realización de esta tesis doctoral. Sus apoyos, consejos y ánimos han sido fundamentales en cada paso del proceso de esta investigación.

A Luis Carro por guiarnos, enseñarnos, apostar por nosotras y ser nuestro referente en la gran familia que formamos en el Observatorio de la Validación de Competencias Profesionales (Observal) de la Universidad de Valladolid. Por brindarnos apoyo y acompañarnos en cada etapa de nuestro camino académico.

A Claudia Möller por transmitirme su pasión por el mundo del vino, por su ayuda constante y por ser el punto de partida de este trabajo hecho por y para mujeres rurales. Por su incansable entusiasmo hacia nuestra investigación.

A Berta Madrigal por su amabilidad y calidez durante mi estancia en México, haciendo que me enamorara de su tierra, su gente y su cultura. Por brindarme la oportunidad de conocer las diversas concepciones de mujer rural, enriqueciendo así mi perspectiva.

A mi equipo de Observal. A Janire, Marta y Manuela, por hacer mis días más felices en Valladolid, por su apoyo moral diario y por enseñarme el verdadero significado de “equipo” de manera incondicional.

A mis padres por apoyarme en todo a lo largo de mi vida. Por ser mis mayores ejemplos de trabajo, constancia y sacrificio.

A mi hermana Inma por sostener a nuestra familia en mi ausencia. A Mahyub, mi hermano, por llegar a casa para aportar felicidad y juventud. Prometo que recompensaré mi ausencia de todos estos años.

A mis amigas, por estar. En especial a Marta y Paloma, por acompañarme y escucharme a diario. Por sus constantes palabras de aliento.

Por último, por hacer la lista finita, mi más sincero agradecimiento a todas las mujeres que han participado en esta tesis por su entusiasmo y generosa disposición para ser la parte fundamental de este estudio. Sin su valiosa colaboración, este trabajo no habría salido a la luz. Ellas son las auténticas protagonistas de esta investigación. Sus experiencias no solo han enriquecido este proyecto, sino que también han contribuido a ampliar el conocimiento y la comprensión en esta área, marcando un hito significativo en la investigación sobre las mujeres en el medio rural.

Resumen

El objetivo de esta tesis doctoral es diseñar una propuesta de formación para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural de Castilla y León, con énfasis en el sector vitivinícola. Se trata de proporcionar una herramienta práctica que empodere a las mujeres y aborde las necesidades que tienen para emprender en entornos rurales.

La metodología utilizada en esta investigación está basada en un diseño mixto convergente orientado a comprender, de manera holística, las experiencias de las mujeres emprendedoras en el medio rural. La dimensión cualitativa implica el análisis de doce relatos de vida, mientras que la cuantitativa contiene un cuestionario diseñado *ad hoc* para evaluar las demandas y desafíos de 100 participantes. Los hallazgos de ambas fases se validan mediante un grupo focal de expertas en emprendimiento, asegurando su solidez y pertinencia.

Los resultados desvelan diversos perfiles de mujeres emprendedoras en el medio rural de la región, lo que resalta la necesidad de una formación personalizada y flexible que vaya más allá de la especialización en el sector vitivinícola. En este contexto, se identifican las motivaciones, los desafíos y las competencias transversales como elementos fundamentales para el emprendimiento, entre otros. La propuesta final, respaldada por las experiencias compartidas por las participantes, integra estos elementos, ofreciendo una herramienta versátil para dar respuesta a las necesidades de las emprendedoras en el contexto rural.

Palabras clave: mujer, emprendimiento, rural, vitivinicultura, historia de vida

Abstract

The aim of this doctoral thesis is to design a training proposal to promote female entrepreneurship in the rural areas of Castilla y León, with an emphasis on the wine sector. It is about providing a practical tool that empowers women and addresses their needs for entrepreneurship in rural environments.

The methodology used in this research is based on a convergent mixed design aimed at holistically understanding the experiences of female entrepreneurs in the rural environment. The qualitative dimension involves the analysis of twelve life stories, while the quantitative contains a questionnaire designed ad hoc to evaluate the demands and challenges of 100 participants. The findings of both phases are validated through a focus group of experts in entrepreneurship, ensuring their robustness and relevance.

The results reveal various profiles of female entrepreneurs in the rural areas of the region, highlighting the need for personalized and flexible training that goes beyond specialization in the wine sector. In this context, motivations, challenges, and cross-cutting competencies are identified as fundamental elements for entrepreneurship, among others. The final proposal, backed by the experiences shared by the participants, integrates these elements, offering a versatile tool to meet the needs of entrepreneurs in the rural context.

Keywords: Woman, entrepreneurship, rural, viticulture, life story

Prólogo

“Hasta el siglo XX la historia la escribieron los hombres. Eso explica por qué las mujeres aparecemos como sujetos de las historias de la historia. Sin embargo, la lista de mujeres que hicieron historia es extensa, desde diosas hasta reinas, desde cortesanas hasta científicas, desde actrices hasta santas, desde escritoras hasta políticas... Hemos estado en todas partes, aunque un manto de silencio se empeñara en cubrirnos o ignorarnos. Eso sí, no podemos contar las historias de estas mujeres sin tenerlos en cuenta a ellos, porque desde el principio de los tiempos las vidas de hombres y mujeres han estado entrelazadas y no se explican las unas sin los otros, es decir con ellos, sin ellos, por ellos, frente a ellos”.

Este es el comienzo del libro de Julia Navarro titulado *Una historia compartida: Con ellos, sin ellos, por ellos, frente a ellos*. He querido incluirlo en este apartado preliminar porque, tras años de silencio e invisibilidad, las mujeres estamos haciendo historia en muchos ámbitos de la sociedad entre los que se incluye el del emprendimiento. Estamos rompiendo barreras, desafiando estereotipos y alcanzando logros en una amplia variedad de sectores que tradicionalmente han sido dominados por el género masculino. Estamos demostrando que podemos y estamos dejando una huella significativa en la historia del emprendimiento, entre otros aspectos. Por ello, en esta investigación, se recurre al uso, principalmente, del método biográfico para conocer en profundidad sus relatos y brindarles la visibilidad que merecen; para inspirar a otras mujeres y promover un cambio cultural que valore y respalde la participación de las mujeres en el mundo emprendedor.

Al resaltar la importancia de las mujeres emprendedoras, se reconoce que su labor y sus logros no solo benefician a ellas mismas, sino también al desarrollo de la sociedad. Hacer visibles sus historias y reconocer su papel es esencial para romper con el silencio y la ignorancia que históricamente han rodeado a las mujeres. Al hacerlo se enriquece la comprensión de nuestra historia colectiva y se promueve una sociedad más justa y equitativa.

Este estudio es un trabajo personal, un viaje a través de mis inquietudes como mujer rural.

Y ahora doy comienzo a esta investigación. Mi afortunada experiencia conociendo historias protagonizadas por mujeres que luchan para sacar adelante el medio rural de nuestro país.

ÍNDICE

PARTE I INTRODUCCIÓN	25
CAPÍTULO 1 Planteamiento de la investigación	27
1 Justificación	28
2 La brecha académica en el emprendimiento femenino en el medio rural	30
3 Objetivos del estudio	31
4 Preguntas de investigación	32
5 Metodología general de la investigación	33
6 Estructura del trabajo.....	34
PARTE II MARCO TEÓRICO	37
CAPÍTULO 2 El medio rural	39
1 Conceptualización y características distintivas del medio rural.....	41
2 El medio rural en Europa	45
2.1 Contexto general del medio rural europeo.....	45
2.2 Políticas y programas de desarrollo rural en la Unión Europea	47
3 El medio rural en España.....	48
3.1 Contexto geográfico y demográfico.....	49
3.2 Políticas de desarrollo rural en España	50
4 El medio rural en Castilla y León	52
4.1 Características geográficas y demográficas de la región.....	52
4.2 Sectores económicos predominantes.....	56
4.2.1 El sector vitivinícola en Castilla y León	56
4.2.2 Glosario de nociones y conceptos básicos para el mundo del vino	57
4.2.3 Tareas y funciones características del sector vitivinícola	65
5 Síntesis del capítulo.....	67
CAPÍTULO 3 La mujer rural	69
1 Conceptualización de mujer rural.....	71
2 Marco normativo y actuaciones internacionales, nacionales y regionales relacionadas con los derechos de las mujeres rurales.....	72
3 Situación de la mujer rural en Castilla y León	77
3.1 Contexto demográfico de la mujer en la región	77
3.2 Desafíos que enfrentan las mujeres rurales en Castilla y León	79
4 La empleabilidad de la mujer en el medio rural	80
4.1 Desafíos y obstáculos en el acceso al empleo de la mujer rural	81
4.1.1 Oportunidades de empleo para las mujeres rurales	82
4.1.2 El papel de la mujer en el sector vitivinícola	83
5 Perfiles de la mujer rural	84

6	Síntesis del capítulo.....	87
CAPÍTULO 4 El emprendimiento.....		89
1	Etimología y origen del término emprendimiento	91
2	Enfoques teóricos acerca del emprendedor.....	93
2.1	Enfoque económico.....	93
2.2	Enfoque psicológico	95
2.3	Enfoque sociológico	96
2.4	Enfoque empresarial	98
2.5	Enfoque de las capacidades humanas	98
3	El emprendimiento femenino en Europa y en España	99
4	El emprendimiento rural.....	102
4.1	Participación de la mujer rural en el proceso emprendedor	102
4.2	Perfiles de las mujeres rurales emprendedoras	103
4.3	Motivaciones de las mujeres para emprender	104
4.4	Mujeres emprendedoras y cargas familiares	105
4.5	Tipos de negocios de la mujer emprendedora en el medio rural	106
4.6	Principales obstáculos que enfrentan las mujeres rurales para emprender.....	106
4.7	Necesidades cubiertas de las mujeres rurales emprendedoras	107
5	Síntesis del capítulo.....	108
CAPÍTULO 5 La competencia emprendedora		109
1	Aproximación al concepto de competencia.....	111
1.1	Origen etimológico	111
1.2	Enfoques y perspectivas sobre el concepto de competencia	111
1.3	Las características de una competencia.....	116
1.4	Los componentes que forman una competencia	117
2	Tipos de competencias.....	118
2.1	Competencias básicas.....	119
2.2	Competencias clave.....	119
2.2.1	EntreComp: Marco Europeo de la Competencia Emprendedora.....	120
2.2.2	Otros estudios sobre las competencias emprendedoras de las mujeres.....	121
2.3	Competencias técnicas	123
2.4	Competencias transversales.....	124
2.4.1	LifeComp: Marco de Referencia Europeo para las Competencia Clave para el Aprendizaje Permanente.....	126
2.4.2	Proyecto Hermes: Marco de competencias transversales para el desarrollo humano	126
3	Otras clasificaciones.....	134
4	Técnicas más comunes utilizadas para identificar competencias en las personas.....	136
5	Síntesis del capítulo.....	137

CAPÍTULO 6 Vías de acceso al emprendimiento en el sector vitivinícola	139
1 La educación formal	141
1.1 Oferta formativa especializada en el sector vitivinícola	141
1.2 Las microcredenciales: una nueva alternativa de formación en Europa	144
2 Iniciativas no formales	146
2.1 Participación en organizaciones y asociaciones	147
2.2 Iniciativas y programas implementados para mejorar la situación de la mujer rural en Castilla y León	150
3 El aprendizaje informal	152
4 La Certificación Profesional	153
5 Síntesis del capítulo	154
PARTE III MARCO METODOLÓGICO	157
CAPÍTULO 7 Diseño de la metodología de investigación	159
1 Objetivos y preguntas de investigación	161
2 Enfoque metodológico de la investigación	161
3 Delimitación de la población y muestra del estudio	163
4 Técnicas de investigación empleadas	164
4.1 El cuestionario	164
4.1.1 Validación del instrumento	165
4.1.2 Muestra participante	165
4.1.3 Procedimiento e instrumento	166
4.1.4 Descripción de las variables de estudio	167
4.2 Entrevistas biográficas	168
4.2.1 Muestra participante	170
4.2.2 Procedimiento e instrumentos	171
4.2.3 Criterios éticos y de rigor	173
4.3 El grupo focal	174
4.3.1 Participantes	174
4.3.2 Procedimiento	175
5 Nuevas preguntas de investigación	176
6 Síntesis del capítulo	177
PARTE IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	179
CAPÍTULO 8 Análisis de datos cualitativos: exploración de los relatos de vida	181
1 Historia de Alba	183
2.1 Análisis de su relato de vida	184
1.1 Trazado del perfil emprendedor de Alba	191
2 Historia de Olga	192
2.1 Análisis de su relato de vida	192
2.2 Trazado del perfil emprendedor de Olga	200

3	Historia de Teresa.....	201
3.1	Análisis de su relato de vida	201
3.2	Trazado del perfil emprendedor de Teresa	206
4	Historia de Yara.....	207
4.1	Análisis de su relato de vida	208
4.2	Trazado del perfil emprendedor de Yara	215
5	Historia de Esther.....	216
5.1	Análisis de su relato de vida	217
5.2	Trazado del perfil emprendedor de Esther	223
6	Historia de Victoria.....	224
6.1	Análisis de su relato de vida	224
6.2	Trazado del perfil emprendedor de Victoria	234
7	Historia de Liliana.....	235
7.1	Análisis de su relato de vida	235
7.2	Trazado del perfil emprendedor de Liliana	242
8	Otros relatos breves.....	243
8.1	Belén.....	244
8.2	Isabel	245
8.3	Paulina.....	247
8.4	Marta	248
8.5	Raquel.....	249
9	Síntesis del análisis de los relatos de vida.....	251
10	Síntesis del capítulo.....	256
CAPÍTULO 9 Análisis de datos cuantitativos: descripción y relación entre las variables del estudio		257
1	Distribución de las mujeres participantes en el sector vitivinícola de Castilla y León	259
2	Relevancia de la formación no formal e informal en el desarrollo de competencias emprendedoras	266
3	Factores que influyen en la decisión de emprender	267
4	La importancia de los antecedentes familiares en el emprendimiento femenino	268
5	Apoyos fundamentales en el camino emprendedor de las mujeres	269
6	Desafíos y barreras en el camino emprendedor de las mujeres	270
7	Habilidades de las mujeres emprendedoras	272
8	Competencias y experiencia: el desarrollo de competencias a través del tiempo en mujeres emprendedoras	274
9	Necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural	280
10	Síntesis del capítulo.....	283
CAPÍTULO 10 Análisis integral de los datos cualitativos y cuantitativos		285
1	Perfil de las mujeres emprendedoras	287
2	Relevancia de la formación formal, no formal e informal para emprender	289
3	Motivaciones que llevan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola	291

4	La herencia empresarial femenina y su influencia en las mujeres emprendedoras	292
5	Apoyos clave para las mujeres emprendedoras en zonas rurales	293
6	Obstáculos enfrentados por las mujeres en el proceso emprendedor	294
7	Habilidades clave de las mujeres emprendedoras	295
8	Competencias impulsoras del emprendimiento	296
9	Necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural	298
10	Síntesis del capítulo.....	299
PARTE V ETAPA FINAL DE LA INVESTIGACIÓN		301
CAPÍTULO 11 Discusión y conclusiones.....		303
1	La presencia de emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de Castilla y León.....	305
2	Caracterización de los perfiles de mujeres emprendedoras en el medio rural	305
3	Motivaciones que impulsan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola	308
4	Obstáculos encontrados por las mujeres para emprender en el medio rural.....	308
5	Comparación de las competencias identificadas en las mujeres participantes con el Marco Europeo de la Competencia Emprendedora (EntreComp)	309
6	La evolución de las necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural	312
7	Las estrategias necesarias para la capacitación y el fomento del emprendimiento femenino en el medio rural	313
8	Diseño de la propuesta provisional para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural	315
9	Validación de la propuesta mediante un grupo focal de expertas	321
9.1	Opiniones, sugerencias y mejoras en relación con los contenidos de la propuesta	321
9.2	Análisis de la viabilidad de la propuesta en el medio rural.....	322
9.3	Consideraciones sobre la aplicabilidad de la propuesta	323
9.4	Experiencias inspiradoras y ejemplos de formación emprendedora de mujeres en zonas rurales.....	326
9.5	Conclusiones significativas del grupo focal y ajustes de la propuesta	327
10	Limitaciones del estudio.....	330
11	Futuras líneas de investigación.....	331
Referencias bibliográficas		335
APÉNDICES		363
Apéndice 1 Infografía de presentación		365
Apéndice 2 Cuestionario		366
Apéndice 3 Folleto díptico para la recogida de datos		377
Apéndice 4 Guion orientativo para la entrevista biográfica		378
Apéndice 5 Declaración de protección de datos		379
Apéndice 6 Dimensiones, categorías y códigos para el análisis		380
Apéndice 7 Relatos de vida.....		383
Apéndice 7.1: Alba		383
Apéndice 7.2: Olga		390

Apéndice 7.3: Teresa.....	396
Apéndice 7.4: Yara.....	402
Apéndice 7.5: Esther	407
Apéndice 7.6: Victoria	412
Apéndice 7.7: Liliana	415
Apéndice 7.8 Otros relatos breves	419

Índice de figuras

Figura 1. Búsqueda preliminar en SCOPUS con las palabras clave “mujer rural” y “emprendimiento”	30
Figura 2. Búsqueda preliminar en SCOPUS con las palabras clave “emprendimiento”, “mujer rural” y “agricultura”	31
Figura 3. Representación holística de la investigación	33
Figura 4. Tipología urbana-rural en Europa (2018).....	46
Figura 5. Densidad de población en Europa (2020).....	47
Figura 6. Comunidades autónomas con mayor número de áreas rurales	50
Figura 7. Objetivos específicos de la Política Agraria Común en España para el periodo 2023-2027	51
Figura 8. Tipos de municipios en Castilla y León.....	53
Figura 9. Evolución de la población en Castilla y León (2014-2022).....	54
Figura 10. Pirámide de población de Castilla y León	55
Figura 11. Población de municipios con menos de 2.000 habitantes	55
Figura 12. Clasificación de las certificaciones de calidad del vino.....	60
Figura 13. Estructura típica de las ocupaciones en el sector vitivinícola	65
Figura 14. Proceso de la elaboración y crianza del vino.....	67
Figura 15. Modelo Iceberg de las competencias de Spencer & Spencer (1993).....	112
Figura 16. Interacción de los componentes de la competencia.....	114
Figura 17. Modelo Iceberg de las Competencias	118
Figura 18. Competencias propuestas en el Marco europeo de la competencia emprendedora ..	121
Figura 19. LifeComp: Marco de Referencia Europeo para las Competencia Clave para el Aprendizaje Permanente	126
Figura 20. Diseño mixto convergente	162
Figura 21. Procedimiento del grupo focal.....	176
Figura 22. Trayectoria vital de Alba	183
Figura 23. Análisis de la trayectoria vital de Alba desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (1).....	186
Figura 24. Análisis de la trayectoria vital de Alba desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2).....	188
Figura 25. Análisis de la trayectoria vital de Alba desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales.....	190
Figura 26. Línea de la vida de Olga.....	193
Figura 27. Análisis de la trayectoria vital de Olga desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (1).....	196
Figura 28. Análisis de la trayectoria vital de Olga desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2).....	198

Figura 29. La línea de vida de Teresa.....	202
Figura 30. Análisis de la trayectoria vital de Teresa desde la perspectiva de sus capacidades y rasgos personales (1).....	204
Figura 31. Análisis de la trayectoria vital de Teresa desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2).....	205
Figura 32. La línea de vida de Yara.....	208
Figura 33. Análisis de la trayectoria vital de Yara desde la perspectiva de sus capacidades y rasgos personales (1).....	210
Figura 34. Análisis de la trayectoria vital de Yara desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2).....	212
Figura 35. Análisis de la trayectoria vital de Yara desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (3).....	213
Figura 36. La línea de vida de Esther.....	217
Figura 37. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (1).....	218
Figura 38. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (2).....	219
Figura 39. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (3).....	221
Figura 40. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (4).....	222
Figura 41. La línea de vida de Victoria.....	225
Figura 42. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (1).....	227
Figura 43. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (2).....	230
Figura 44. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (3).....	231
Figura 45. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales.....	233
Figura 46. La línea de vida de Liliana.....	236
Figura 47. Análisis de la trayectoria vital de Liliana desde la perspectiva de sus capacidades y rasgos personales (1).....	238
Figura 48. Análisis de la trayectoria vital de Liliana desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2).....	240
Figura 49. Análisis de la trayectoria vital de Liliana desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (3).....	242
Figura 50. Análisis del relato de Belén desde la perspectiva de sus capacidades y características.....	244
Figura 51. Análisis del relato de Isabel desde la perspectiva de sus capacidades y características (1).....	245

Figura 52. Análisis del relato de Isabel desde la perspectiva de sus capacidades y características (2)	246
Figura 53. Análisis del relato de Paulina desde la perspectiva de sus capacidades y características	247
Figura 54. Análisis del relato de Marta desde la perspectiva de sus capacidades y características	249
Figura 55. Análisis del relato de Raquel desde la perspectiva de sus capacidades y características (1)	250
Figura 56. Análisis del relato de Raquel desde la perspectiva de sus capacidades y características (2)	251
Figura 57. Marco de competencias para emprender en el medio rural.....	311
Figura 58. Ejemplo de línea de formación con sus correspondencias a otras líneas y microcredenciales.....	319
Figura 59. Propuesta formativa para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural	320

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de las fases de la investigación según el enfoque holístico.....	36
Tabla 2. Distribución geográfica del viñedo y de la producción de vino en España (2019)	57
Tabla 3. Tareas y funciones que realizar en el viñedo	66
Tabla 4. Población por sexo, tamaño y provincia de Castilla y León. Datos tomados del Plan de Estadística de Castilla y León y del INE (2021)	81
Tabla 5 Porcentaje de personas ocupadas en actividades del primer sector por sexo y grupo de edad en Castilla y León en el 2020	79
Tabla 6 Necesidades detectadas en el DAFO elaborado en el Programa de Desarrollo Rural 2014-2020 de Castilla y León.....	80
Tabla 7. Relación de perfiles de la mujer rural actual.....	86
Tabla 8. Definiciones de competencia según algunos autores	115
Tabla 9. Definiciones de competencia según algunas organizaciones e instituciones internacionales	116
Tabla 10. Competencias analizadas por Ortiz García et al. en el estudio Mujer y emprendimiento desde una perspectiva competencial (2016).....	122
Tabla 11. Niveles de cualificación según el MECU Y MECES	123
Tabla 12. Competencias asociadas a la dimensión alfabetización del proyecto HERMES.....	127
Tabla 13. Competencias asociadas a la dimensión de autodirección del proyecto HERMES....	128
Tabla 14. Competencias asociadas a la dimensión de interacción social del proyecto HERMES	130
Tabla 15. Competencias asociadas a la dimensión de interacción con el mundo del proyecto HERMES	131
Tabla 16. Competencias asociadas a la dimensión de sostenibilidad del proyecto HERMES....	132
Tabla 17. Competencias asociadas a la dimensión de aprendizaje a lo largo de la vida del proyecto HERMES	133
Tabla 18. Las competencias del proyecto Tuning	135
Tabla 19. Técnicas más comunes utilizadas para identificar competencias.....	136
Tabla 20. Títulos de formación profesional que se imparten en Castilla y León.....	142
Tabla 21. Títulos universitarios impartidos en la Universidad de Salamanca.....	143
Tabla 22. Títulos universitarios impartidos en la Universidad de León.....	143
Tabla 23. Títulos universitarios impartidos en la Universidad de Valladolid	144
Tabla 24. Relación de las cualificaciones que pueden ser certificadas mediante el proceso de acreditación de competencias en el mundo del vino	154
Tabla 25. Asociación de los objetivos específicos y las preguntas de investigación	161
Tabla 26. Muestra participante en las entrevistas biográficas	170
Tabla 27. Esquema para analizar una competencia	173
Tabla 28. Criterios éticos y de rigor del método biográfico.....	173

Tabla 29. Perfil de Alba	191
Tabla 30. Perfil de Olga	200
Tabla 31. Perfil de María Teresa.....	206
Tabla 32. Perfil de Yara.....	215
Tabla 33. Perfil de Esther	223
Tabla 34. Perfil de Victoria.....	234
Tabla 35. Perfil de Liliana	243
Tabla 36. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión Alfabetización.....	252
Tabla 37. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión Autodirección.....	252
Tabla 38. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión de interacción social.....	253
Tabla 39. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión de interacción con el mundo.....	254
Tabla 40. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión de Sostenibilidad	255
Tabla 41. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión del Aprendizaje a lo largo de la vida.....	255
Tabla 42. Relación de las variables "resolver problemas" e "identificar la oportunidad" en función del lugar de nacimiento.....	262
Tabla 43. Obstáculos encontrados por las mujeres para emprender según el lugar de nacimiento	271
Tabla 44. Necesidades de las mujeres en el medio rural según la experiencia en el emprendimiento	283
Tabla 45. Edad de las mujeres participantes. Comparación de resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa.....	287
Tabla 46. Lugar de nacimiento de las mujeres emprendedoras participantes. Comparación de los resultados obtenidos en la fase cuantitativa y cualitativa	288
Tabla 47. Rasgos de personalidad de las mujeres participantes. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa	288
Tabla 48. Relevancia de la educación formal, no formal e informal. Resultados obtenidos en la fase cuantitativa.....	290
Tabla 49. Relevancia de la educación formal, no formal e informal. Resultados obtenidos en la fase cualitativa	290
Tabla 50. Motivaciones que llevan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola. Resultados obtenidos en la fase cuantitativa.....	291
Tabla 51. Motivaciones que llevan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola. Resultados obtenidos en la fase cualitativa.....	291
Tabla 52. Apoyos clave de las mujeres emprendedoras en el medio rural. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa.....	293

Tabla 53. Desafíos enfrentados por las mujeres en el proceso emprendedor. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa.....	294
Tabla 54. Habilidades clave de las mujeres emprendedoras. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa	295
Tabla 55. Comparación de las competencias transversales para el emprendimiento identificadas en la fase cualitativa y cuantitativa	297
Tabla 56. Necesidades cubiertas de las mujeres emprendedoras según la pirámide de Abraham Maslow. Comparación de resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa.	298
Tabla 57. Perfiles de mujeres emprendedoras en el medio rural.....	307
Tabla 58. Equivalencia de las competencias de EntreComp y HERMES y aquellas identificadas en el estudio.....	310
Tabla 59. Microcredenciales propuestas vinculadas a los contenidos técnicos del sector vitivinícola	316
Tabla 60. Microcredenciales transversales.....	317
Tabla 61. Actividades adicionales de la propuesta final	318
Tabla 62. Síntesis de las conclusiones del grupo focal	328
Tabla 63. Propuesta ajustada tras la validación del grupo focal	329
Tabla 64. Trayectos transversales de la propuesta ajustados tras la validación del grupo focal..	330

Índice de gráficos

Gráfico 1. Porcentaje de la población por grado de urbanización (2008-2019).....	49
Gráfico 2. Porcentaje de emprendedores en Europa	100
Gráfico 3. Delimitación de la unidad de estudio	164
Gráfico 4. Distribución de mujeres participantes en función de las Denominaciones de Origen	259
Gráfico 5. Distribución de mujeres participantes en función de las tareas que desempeñan en el sector vitivinícola	260
Gráfico 6. Edad de las mujeres participantes.....	261
Gráfico 7. Distribución de mujeres participantes en función de su origen	261
Gráfico 8. Nivel formativo de las mujeres participantes.....	263
Gráfico 9. Relación de rasgos de personalidad más valorados por las mujeres emprendedoras	265
Gráfico 10. Formación no formal adquirida por las mujeres para emprender	266
Gráfico 11. Motivaciones y aspiraciones que influyen en la decisión de emprender.....	268
Gráfico 12. Tipos de apoyo recibidos por las mujeres en su proceso emprendedor.....	269
Gráfico 13. Obstáculos más comunes en el proceso emprendedor.....	270
Gráfico 14. Habilidades y talentos más desarrollados por las mujeres emprendedoras	272
Gráfico 15. Competencias desarrolladas por las mujeres emprendedoras	274
Gráfico 16. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Alfabetización.....	277
Gráfico 17. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Autodirección.....	278
Gráfico 18. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Interacción Social.....	279
Gráfico 19. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Interacción con el mundo	280
Gráfico 20. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Sostenibilidad	281
Gráfico 21. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Aprendizaje a lo largo de la vida	281
Gráfico 22. Necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural.....	282

PARTE I
INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

Planteamiento de la investigación

1 Justificación

La contribución de las mujeres es fundamental para el desarrollo económico y social de las zonas rurales. Durante años, han desempeñado un papel esencial en estas comunidades, trabajando la tierra, cultivando alimentos y participando activamente en las labores de las explotaciones familiares. Sin embargo, su labor ha pasado históricamente desapercibida e invisible, empañada por una visión convencional que relegaba su trabajo al ámbito doméstico. Estas mujeres no solo se dedicaban a las tareas agrícolas, sino que, al llegar a casa, asumían la responsabilidad de las labores cotidianas y el cuidado de la familia. Además, esta invisibilidad ha sido alimentada por políticas que, hasta hace poco, comenzaron a ser objeto de revisión.

A pesar de este legado invisible, las mujeres rurales han demostrado una determinación admirable, desempeñando un importante papel en la economía rural y en el sustento de sus comunidades. Un hito importante en el reconocimiento de los derechos y la visibilidad de las mujeres en las explotaciones familiares en España fue la promulgación de la Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias. Esta ley representó un avance significativo al establecer un marco legal que garantiza la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en la titularidad y gestión de las explotaciones agrarias. Otorgó visibilidad a muchas mujeres que durante años estuvieron al frente de negocios familiares, pero cuyo papel quedaba en gran medida invisible. Esta legislación no solo ha permitido reconocer oficialmente su participación en la gestión de sus negocios, sino que también ha tenido un impacto evidente en el aumento del emprendimiento femenino en estas áreas.

En efecto, esta transformación no ha pasado desapercibida para las administraciones y ha generado un creciente interés para apoyar y fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural. Se han implementado programas y políticas destinados a empoderar a las mujeres rurales, brindándoles acceso a recursos, capacitación y financiamiento para sus proyectos emprendedores.

Sin embargo, a pesar de este progreso legal, de los avances y de la creciente conciencia sobre la importancia del emprendimiento femenino en el medio rural, las mujeres aún enfrentan obstáculos significativos. Estos obstáculos incluyen barreras económicas, sociales, culturales y de género que dificultan el acceso a los recursos y oportunidades para emprender, así como la falta de apoyo y capacitación adaptada a su contexto y a sus necesidades. Por lo tanto, si bien las iniciativas gubernamentales han marcado un paso positivo hacia la igualdad de género en el ámbito rural, queda un largo camino por recorrer para eliminar las barreras que limitan el potencial

emprendedor de las mujeres rurales y garantizar un futuro más equitativo y próspero en estas comunidades.

En este contexto, esta investigación se presenta como un aporte importante para contribuir a arrojar luz sobre la situación actual de las mujeres que viven el medio rural de Castilla y León, y en particular sobre aquellas que aspiran a emprender. El empoderamiento de las mujeres rurales es un componente esencial de esta investigación, ya que el reconocimiento de su contribución al medio rural para emprender es otro paso fundamental hacia la igualdad de género. Conscientes de que las mujeres rurales han enfrentado históricamente numerosos obstáculos para alcanzar su máximo potencial, esta investigación busca identificar los factores que pueden fortalecer su confianza y proporcionarles acceso a recursos y oportunidades con el fin de crear un entorno favorable para la iniciativa emprendedora. La construcción eficaz de este entorno se fundamentará con la participación de las propias mujeres rurales, quienes tendrán la capacidad de determinar las herramientas requeridas para emprender, empoderándolas como protagonistas centrales de este proceso.

El sector vitivinícola de Castilla y León, caracterizado por su importancia económica y su arraigada tradición, se convierte en el escenario perfecto para explorar estas cuestiones. Existen dos motivos destacados que respaldan la elección de esta temática: en primer lugar, aludo a mi origen manchego y a mi propia experiencia como mujer rural vinculada al mundo del vino. La pasión que ha sido transmitida de generación en generación en mi familia ha sido el principal motor para esta investigación. Esta tradición familiar me ha permitido apreciar de cerca la contribución de las mujeres en este sector y, al mismo tiempo, entender los desafíos que enfrentan en el medio rural. En segundo lugar, mi interés se ve respaldado por los resultados obtenidos en una investigación previa que llevé a cabo como Trabajo Fin de Máster (Morcillo Casas, 2018). En este estudio se observó un alto grado de participación de las mujeres en las bodegas adscritas a dos de las Denominaciones de Origen (D.O. en adelante) más icónicas de la región: Ribera del Duero y Rueda. Estas mujeres no solo estaban involucradas en el cuidado de la vid, sino que también desempeñaban un papel activo en la elaboración del vino y, en algunos casos, asumían la regencia de las bodegas familiares. Este hallazgo puso de manifiesto la relevancia y el potencial del emprendimiento femenino en el sector vitivinícola y despertó mi interés por profundizar en la materia.

En definitiva, esta investigación se nutre de una conexión personal arraigada a la tradición vitivinícola y se apoya en datos concretos que subrayan la presencia activa de las mujeres en el sector, sentando así las bases para un análisis exhaustivo sobre su papel, sus desafíos y sus

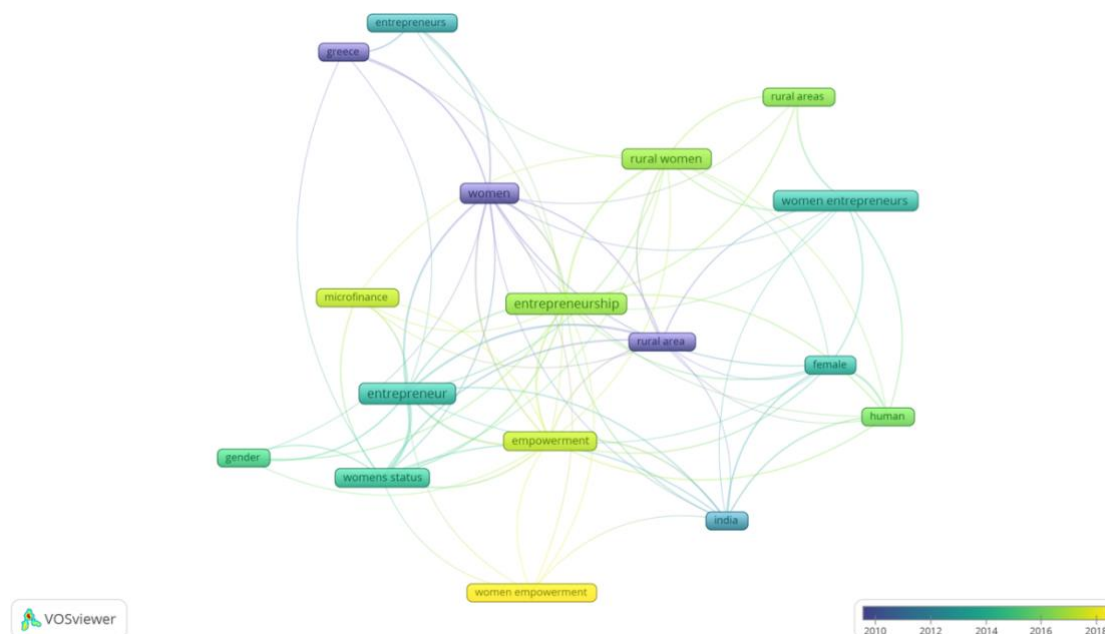
perspectivas de emprendimiento en el sector vitivinícola de Castilla y León. Con este enfoque, se espera contribuir al crecimiento de las comunidades rurales, fomentar el emprendimiento y, en consecuencia, mejorar la empleabilidad de las mujeres en este entorno.

2 La brecha académica en el emprendimiento femenino en el medio rural

Durante años, la perspectiva emprendedora de las mujeres rurales ha sido escasamente explorada. Esta ausencia de investigaciones al respecto puede deberse a diversas razones, como la predominancia de aquellas centradas en el medio urbano o la falta de conciencia sobre las particularidades y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras en entornos rurales.

Esta insuficiente cantidad de estudios que vinculan el emprendimiento, la mujer y el medio rural nos motivó a realizar una búsqueda exhaustiva en la base de datos de SCOPUS como paso inicial de la investigación. En esta búsqueda se utilizaron dos conjuntos de palabras clave: por un lado, se empleó “mujer rural” y “emprendimiento” (véase Figura 1), y por otro, se combinó “mujer rural”, “emprendimiento” y “agricultura” (véase Figura 2). El motivo de utilizar la palabra “agricultura” se debió a que la revisión reveló una ausencia total de investigaciones sobre la mujer rural en el sector vitivinícola.

Figura 1. Búsqueda preliminar en SCOPUS con las palabras clave “mujer rural” y “emprendimiento”

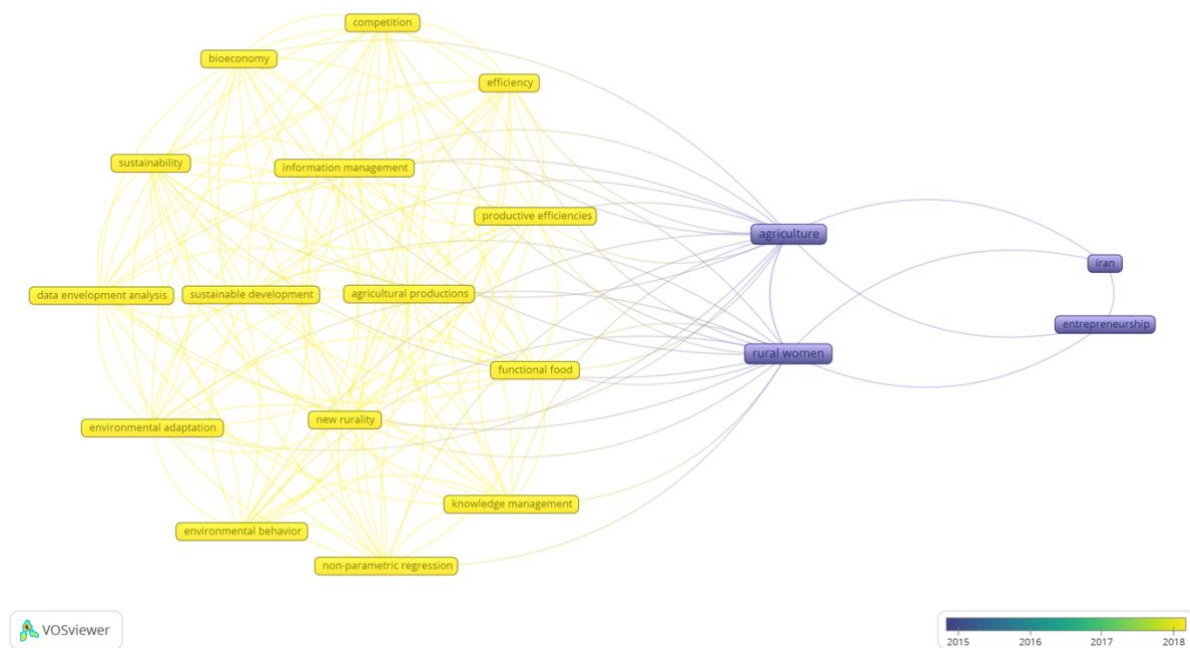


Fuente: elaboración propia con VOSviewer® (CWTS, 2020)

Este análisis nos permitió no sólo cuantificar el grado de carencia, sino también establecer un punto de partida sólido para abordar las preguntas de investigación y los objetivos que guían la

misma. Es interesante destacar que existen países que, en 2018, habían realizado avances significativos en el estudio de la mujer emprendedora en el medio rural. Algunos países como Irán, India y Grecia ya reconocían la importancia de comprender y apoyar el emprendimiento femenino en áreas rurales, y llevaron a cabo investigaciones para abordar esta cuestión con mayor profundidad.

Figura 2. Búsqueda preliminar en SCOPUS con las palabras clave “emprendimiento”, “mujer rural” y “agricultura”



Fuente: elaboración propia con VOSviewer® (CWTS, 2020)

A pesar de los avances desarrollados en varios países del mundo, nos percatamos de que aún existía una brecha académica significativa en cuanto a los estudios que abordaban la cuestión de las mujeres emprendedoras en el medio rural a nivel mundial. Así, vimos la oportunidad de promover una mayor investigación en este campo y ampliar la mirada académica para comprender y apoyar de manera más efectiva el emprendimiento femenino en áreas rurales a partir de la detección de carencias, intereses, perspectivas y prospectivas, entre otras temáticas.

3 Objetivos del estudio

La finalidad principal de esta investigación es diseñar una estrategia de formación para las mujeres rurales adaptada a su contexto y a sus necesidades para superar los obstáculos y dificultades que tienen para emprender, con el fin de contribuir a aumentar su participación en el desarrollo del

medio rural y, por ende, combatir la despoblación rural. Por ello, se plantea el objetivo general en los siguientes términos:

- Diseñar una propuesta formativa para fomentar el emprendimiento de las mujeres en el medio rural de Castilla y León, prestando especial atención al sector vitivinícola.

Para el logro de este objetivo general, se proponen los siguientes objetivos específicos como etapas intermedias:

- 1) Analizar el emprendimiento femenino en las siguientes comarcas vitivinícolas de Castilla y León: Ribera del Duero, Rueda, El Bierzo, Toro, Tierra de León, Cigales, Arlanza, Arribes, Cebreiros, Tierra del Vino de Zamora, Valtiendas, Sierra de Salamanca y Valles de Benavente.
- 2) Identificar el número de mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola.
- 3) Caracterizar los diferentes perfiles de la mujer emprendedora en el medio rural.
- 4) Diagnosticar las razones que llevan a la mujer rural a emprender, así como las dificultades que pueden encontrar durante dicho desafío.
- 5) Comparar las competencias que tienen las mujeres identificadas con aquellas propuestas en el Marco Europeo de la Competencia Emprendedora (EntreComp) y otros marcos analizados.
- 6) Definir las estrategias necesarias para la capacitación y el fomento del emprendimiento de las mujeres en el medio rural.

4 Preguntas de investigación

Un estudio de este tipo puede responder a diversas preguntas. Sin embargo, para enfocarnos en los objetivos propuestos, se ha seleccionado las preguntas más pertinentes. A lo largo del trabajo, la información proporcionada se centrará en responder las siguientes preguntas de investigación:

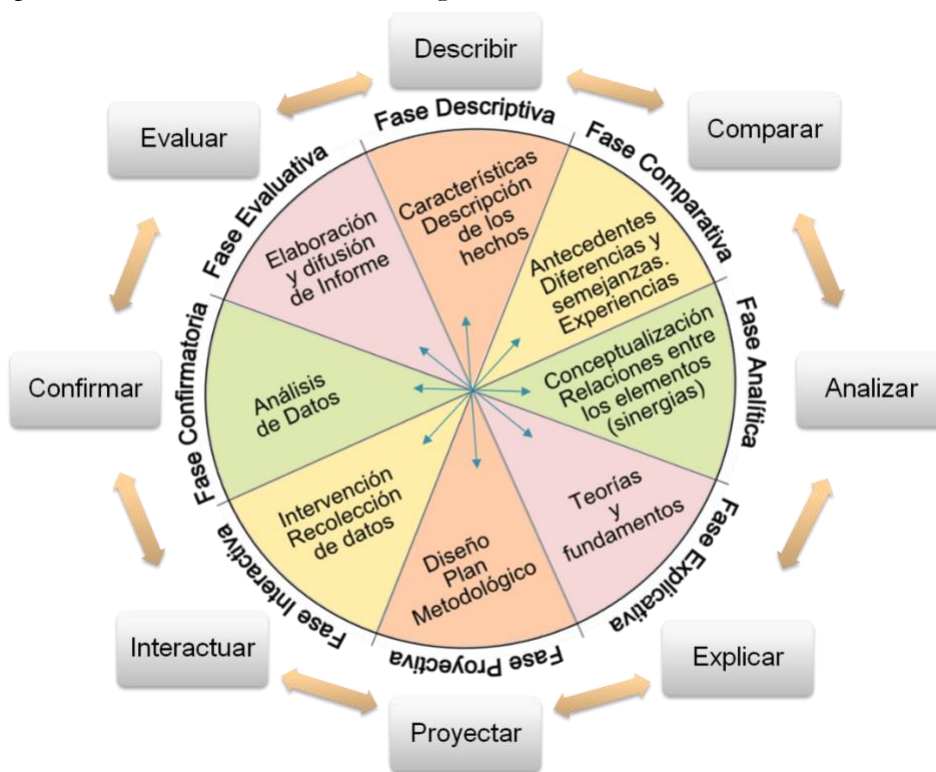
- a) ¿Cuántas mujeres han emprendido en el sector vitivinícola de Castilla y León?
- b) ¿Qué características tienen las mujeres emprendedoras en el medio rural de Castilla y León?
- c) ¿Qué necesidades tienen y/o han tenido las mujeres que han emprendido en el medio rural castellanoleonés?
- d) ¿Qué dificultades han afrontado estas mujeres para emprender?
- e) ¿Qué importancia tienen los marcos de competencias emprendedoras, como el marco europeo EntreComp?
- f) ¿Qué competencias presentan las mujeres emprendedoras?

g) ¿Qué oportunidades tienen las mujeres en el medio rural para emprender en el sector vitivinícola?

5 Metodología general de la investigación

La investigación toma como referencia el enfoque holístico propuesto por Hurtado de Barrera (2000), que consta de diferentes fases, todas ellas conectadas entre sí. Cada una está relacionada con las acciones que se pueden identificar en la Figura 3 que, a su vez, se corresponden con los objetivos y las fases que conforman este estudio.

Figura 3. Representación holística de la investigación



Fuente: Adaptado por Carro (2008) de Hurtado de Barrera (2000)

El estudio integra una fase teórica y una fase práctica, las cuales interactúan de manera constante. En el momento de fundamentar el objeto de estudio se ha considerado la fase práctica, así como a la hora de valorar el uso de las técnicas de investigación se ha tenido en cuenta toda la fase teórica. Esto nos ha permitido llegar a unas conclusiones basadas tanto en las fuentes documentales examinadas como en los datos obtenidos en el trabajo de campo. La descripción de estas fases adecuadas a la investigación es la siguiente:

1) Fase descriptiva

En esta fase inicial de la investigación se delimita el objeto y el contexto del estudio: el emprendimiento de las mujeres rurales en el sector vitivinícola de Castilla y León en las comarcas de Ribera del Duero, Rueda, El Bierzo, Toro, Tierra de León, Cigales, Arlanza, Arribes, Cebreros, Tierra del Vino de Zamora, Valtiendas, Sierra de Salamanca y Valles de Benavente.

2) Fase comparativa, analítica y explicativa

Estas fases se corresponden con la fundamentación teórica en la que se han tenido en cuenta cuatro conceptos principales: el medio rural, la mujer rural, el emprendimiento y el sector vitivinícola. Durante estas fases se han examinado detalladamente sus conceptualizaciones, sus antecedentes, las teorías existentes y la relación que hay entre dichos términos.

3) Fase proyectiva

Tras la delimitación del objeto y contexto de estudio definidos en la fase descriptiva y la fundamentación teórica de las fases siguientes, pasamos a la fase proyectiva. Esta fase consiste en diseñar el plan metodológico para conseguir los objetivos planteados.

4) Fase interactiva

Una vez planteado el plan metodológico, se diseñan los instrumentos y se procede a la toma de contacto con la muestra del estudio, previamente delimitada en la fase descriptiva. Este proceso incluirá la realización de entrevistas en profundidad para conocer las biografías de las participantes y la administración de cuestionarios.

5) Fase confirmatoria

Una vez recopilados todos los datos, se procede al análisis de estos, así como a su comparación con la fundamentación teórica descrita en las fases anteriores.

6) Fase evaluativa

Durante esta fase, se llevó a cabo un grupo focal donde se pusieron a prueba, discutieron y validaron los resultados obtenidos. Este proceso integral proporcionó una perspectiva más completa y refinada de la investigación

6 Estructura del trabajo

Esta tesis se organiza en cinco partes que abordan de manera sistemática y exhaustiva los distintos aspectos de la investigación:

- Parte I: Introducción

En esta sección inicial, se establece el marco general de la investigación, proporcionando una visión completa del contexto y los objetivos. El primer capítulo aborda el planteamiento general de la investigación, incluyendo la justificación y antecedentes que motivan al estudio, los objetivos y las preguntas de investigación, así como una visión de la metodología general utilizada y la estructura del trabajo.

- Parte II: Marco teórico

Esta parte comprende los capítulos dos, tres, cuatro, cinco y seis, los cuales están interconectados y forman el marco teórico sobre el cual se fundamenta la investigación. El segundo capítulo se enfoca en el medio rural, analizando su concepto y características, tanto a nivel europeo como nacional y regional, y las políticas de desarrollo rural implementadas en cada contexto. Dentro de este capítulo se hace hincapié en el sector vitivinícola como uno de los sectores predominantes del medio rural. El tercer capítulo explora el papel de la mujer rural, examinando el marco normativo, los diferentes perfiles que existen, su empleabilidad y su situación en el medio rural de Castilla y León. El cuarto capítulo se adentra en el concepto del emprendimiento, analizando los diversos enfoques teóricos, la actividad emprendedora de la mujer en Europa, en España y en Castilla y León, y el emprendimiento femenino en el medio rural. El capítulo cinco está relacionado con la competencia emprendedora. Se lleva a cabo una aproximación al concepto de competencia que nos acerca al origen y a sus características. También se habla de los tipos de competencias existentes, su clasificación en función de los marcos de competencias propuestos por diferentes entidades y autores y las técnicas más comunes utilizadas para analizar competencias. Por último, el capítulo seis aborda las diversas vías de acceso al sector vitivinícola, destacando especialmente la importancia de la educación formal, no formal e informal.

- Parte III: Marco metodológico

En esta parte central del trabajo, el capítulo siete aborda el diseño metodológico de la investigación. Se detalla el enfoque adoptado, justificando su elección en función de los objetivos planteados. Además, se describe el trabajo de campo incluyendo en detalle las técnicas de recogida de datos y los instrumentos utilizados.

- Parte IV: Análisis e interpretación de resultados

Esta sección está formada por los tres siguientes capítulos que profundizan en el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos. El capítulo ocho examina aquella información derivada de las narrativas biográficas, proporcionando una comprensión profunda de las

experiencias y perspectivas de las mujeres rurales emprendedoras. El capítulo nueve presenta los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados, ofreciendo un análisis cuantitativo de los datos. En el capítulo diez se realiza un análisis integral de las fases, propio del diseño convergente empleado en la investigación, es decir, se analizan de manera conjunta los resultados similares y diferentes obtenidos de la elaboración de las narrativas biográficas y los cuestionarios.

- Parte V: Etapa final de la investigación

Esta última sección del trabajo está formada por el capítulo once. Este capítulo, dedicado a la discusión y a las conclusiones, sintetiza el logro de los objetivos planteados y evalúa la relevancia de los resultados con relación a la fundamentación teórica. Se presenta el diseño de la propuesta final, las recomendaciones y estrategias orientadas a promover la participación y el desarrollo de las mujeres emprendedoras en estos contextos. Esta propuesta surge de la convergencia entre los hallazgos de las diferentes fases de la investigación, con la intención de contribuir al enriquecimiento de programas y acciones dirigidas a empoderar y respaldar a las mujeres rurales en su camino emprendedor. Seguidamente, se presentan los resultados del grupo de discusión realizado con expertas en emprendimiento, con el fin de validar la propuesta planteada. Por último, se señalan las limitaciones del estudio, así como las posibles vías para investigaciones futuras, identificando áreas de indagación que podrían profundizar aún más en la comprensión del emprendimiento femenino en el medio rural.

Finalmente, se recopilan las referencias bibliográficas utilizadas, así como los apéndices que enriquecen y complementan el contenido expuesto. Estos apéndices ofrecen detalles adicionales, datos específicos y otras informaciones que amplían los temas abordados en el trabajo.

La Tabla 1 muestra la estructura de esta tesis acorde con las fases del enfoque holístico:

Tabla 1. Distribución de las fases de la investigación según el enfoque holístico

PARTE TEÓRICA		PARTE EMPÍRICA	
Fase descriptiva	Cap. 1, 2, 3, 4, 5 y 6	Fase proyectiva	Cap. 7
Fase comparativa	Cap. 2, 3, 4, 5 y 6	Fase interactiva	Cap. 7, 8, 9 y 10
Fase analítica	Cap. 2, 3, 4, 5 y 6	Fase confirmatoria	Cap. 8, 9, 10
Fase explicativa	Cap. 2, 3, 4, 5 y 6	Fase evaluativa	Cap. 11
Referencias bibliográficas y apéndices			

PARTE II

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 2

El medio rural

El medio rural es el epicentro de nuestra investigación y en este primer capítulo del marco teórico, se explorará su importancia por ser el contexto del estudio. Este capítulo servirá como punto de partida para comprender cómo el medio rural, en particular en Castilla y León, se entrelaza con la mujer dedicada al sector vitivinícola.

En primer lugar, se realizará una aproximación al concepto de medio rural, destacando su dinámica evolución a lo largo de la historia y su diversidad en el contexto europeo y español. A continuación, nos centraremos en Castilla y León, una región que posee la esencia del medio rural español y alberga una riqueza cultural y económica significativa.

Tras contextualizar el contexto rural, nos adentraremos en el sector vitivinícola, una pieza clave en la economía regional. Se presentará un glosario de términos esenciales para comprender este sector, así como las tareas y ocupaciones fundamentales que abarca.

En resumen, a medida que avance este capítulo, se tendrá una visión teórica que nos permitirá comprender con mayor profundidad la interacción entre el medio rural y el sector vitivinícola de Castilla y León, sentando las bases para el desarrollo de los siguientes capítulos destinados a las mujeres rurales y al emprendimiento.

1 Conceptualización y características distintivas del medio rural

La necesidad de distinguir entre lo urbano y lo rural, así como de proporcionar una definición de las denominadas zonas rurales, ha sido una preocupación por parte de los académicos en las últimas décadas. Tradicionalmente, la conceptualización de medio rural se ha basado en cuatro grandes características: la capacidad de examinar los recursos cercanos, el predominio de la actividad agraria, la mayor relación con el medio natural y la presencia de fuertes vínculos sociales entre sus habitantes y el medio que les rodea por pertenecer a un colectivo de reducido tamaño. En la actualidad, los movimientos visibles e invisibles de mercancías, capitales, personas, información y tecnología han transformado estas relaciones haciéndolas mucho más complejas. Ahora existe una gradación continua desde las zonas rurales a las urbanas y la división entre estas es cada vez más confusa. Así, la diversidad del medio rural y las diferentes formas de entenderlo han llevado a los investigadores a proponer diferentes tipologías, teniendo en cuenta diversas dimensiones. Existen investigaciones centradas en las transformaciones demográficas, espaciales, socioeconómicas y funcionales que sufre constantemente el medio rural debido a diferentes aspectos como la expansión de las tecnologías, los flujos migratorios, las nuevas demandas sociales respecto a los espacios naturales, el aumento de las solicitudes de los habitantes en materia de sanidad y seguridad de los alimentos o el ascendente número de actividades económicas que pueden darse actualmente en los espacios rurales (Consejo Económico y Social, 2018).

Ya en décadas pasadas resultaba complicado trazar una división clara entre la sociedad rural y la urbana. Varias teorías apoyadas por autores como Marx, Tönnies o Durkheim se apoyaban en la contraposición entre lo rural y lo urbano, expresando un concepto de rural como sistema tradicional caracterizado por el peso de las costumbres o falta de espíritu emprendedor frente a la sociedad urbana moderna. Por otro lado, junto a estas teorías se encuentran otras como la Teoría del Continuum de Sorokin y Zimmerman (1929), quienes señalaban que las diferencias entre ambas sociedades son graduales y establecían como variable para diferenciarlas la repercusión de las actividades agrícolas. En este sentido, no existe un criterio único para dividir los ámbitos geográficos correspondientes a lo rural y lo urbano. Las transformaciones rurales y la extensión de lo urbano han supuesto un acercamiento entre ambas sociedades, lo que dificulta aún más la tarea de trazar una frontera territorial entre ambos espacios, entre otros aspectos, por el apogeo de los medios de transporte y/o los medios de comunicación (Sancho Comíns & Reinoso Moreno, 2012).

En 1988, la Comisión Europea afirmaba:

El mundo rural abarcaría aquellas zonas y regiones donde se llevan a cabo actividades diversas e incluiría los espacios naturales y cultivados, los pueblos, villas, ciudades pequeñas y centros regionales, así como las zonas rurales industrializadas de dichas regiones, pero la noción del mundo rural no implica únicamente la simple delimitación geográfica. Evoca todo un tejido económico y social, un conjunto de actividades de lo más diverso: agricultura, artesanía, pequeñas y medianas industrias, comercios y servicios. Sirve de amortiguador y espacio regenerador, por lo que resulta indispensable para el equilibrio ecológico al tiempo que se ha convertido en un lugar privilegiado de reposo y ocio. (Comisión Europea, 1988, p.60)

Ahora bien, para abordar la delimitación de las zonas rurales es importante tener claro los conceptos de urbano y rural. A pesar de esto, no existe consenso a la hora de determinar qué índices sirven para diferenciar ambos conceptos.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (1994) (en adelante OCDE) utiliza el término densidad para delimitar las zonas rurales, definiéndolas como tal si su densidad de población es inferior a 150 habitantes por km². Las clasifica en tres categorías:

- Regiones predominantemente rurales, en las que viven más del 50% de la población
- Regiones intermedias, habitadas por un 15-50% de la población
- Regiones predominantemente urbanas en las que viven menos del 15% de la población

De acuerdo con esta tipología inicial de la OCDE, un área podía ser clasificada como rural o intermedia sin tener en cuenta su mayor o menor distancia a un centro urbano, omitiendo que las más alejadas no tienen acceso a determinados servicios y oportunidades culturales, educativas y económicas que, en cambio, si disfrutaban las zonas rurales ubicadas cerca de los grandes núcleos urbanos. En consecuencia, la OCDE desarrolló una nueva clasificación que mantenía los fundamentos de la antigua, pero incluía una nueva clasificación de las regiones predominantemente rurales e intermedias, teniendo en cuenta el tiempo necesario para acceder a la ciudad más cercana. Los resultados de esta nueva tipología dieron lugar a cinco categorías (Brezzi et al., 2011):

- Áreas predominantemente rurales y remotas (>45 minutos de tiempo de conducción)
- Áreas predominantemente rurales pero cercanas a una ciudad (<45 minutos)
- Áreas intermedias y remotas (>45 minutos)
- Áreas intermedias cercanas a una ciudad (<45 minutos)
- Áreas predominantemente urbanas

En España surge la misma preocupación que parte de la necesidad de caracterizar las diferentes tipologías territoriales. Según un estudio del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) sobre la delimitación de áreas rurales y urbanas a nivel local, la construcción de una determinada tipología de zona europea urbana y rural debe basarse en dos dimensiones: el grado de influencia urbana y el grado de intervención humana en el territorio. El dominio de la zona urbana se puede definir con la densidad de población y la importancia del principal centro urbano de cada zona, mientras que la intervención humana puede definirse a través de la dimensión que representan las superficies artificiales (Reig Martínez et al., 2016).

Un informe elaborado por el Servicio de Estudios de la Caixa sobre la población rural española apunta que las poblaciones rurales y urbanas no tienen por qué considerarse como distintas. Es por ello por lo que se distingue lo rural y lo urbano a partir del criterio del tamaño del hábitat, considerando que el tamaño del área puede ir asociado a diferentes formas de sociabilidad. No obstante, aunque en España se establece el límite de lo rural como municipios menores de 10.000 habitantes, no existe una línea clara y objetiva que nos diga a partir de qué tamaño de entorno nos encontramos en un territorio rural o urbano. Dicho esto, esta investigación considera que la sostenibilidad social de las áreas rurales no es producto solamente del crecimiento económico o de las mejoras de las condiciones en el medio rural, sino también de las dificultades de la reproducción de la vida social y otros aspectos como la masculinización, la dependencia, las desigualdades de género o la vulnerabilidad laboral entre otros (Camarero, 2009).

García Sanz (2003), en el *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural*, señala una serie de diferencias entre el medio rural y el urbano:

- Durante décadas se ha ocasionado un continuo proceso de emigración rural, cuyas consecuencias negativas condicionan su demografía, caracterizada por una disminución de la vegetación, el envejecimiento de la población y la masculinización.
- La tasa de actividad en el medio rural es menor que en la urbana debido a la mayor presencia de inactivos jubilados en el medio rural.
- El nivel de ocupación agrario en el medio rural es superior al urbano, mientras que el sector servicios es inferior en las zonas rurales.

El Informe España 2015 de la Fundación Encuentro considera que a pesar de que el medio rural se ha sometido a una progresiva modernización a lo largo de los últimos 60 años, no todos los territorios lo han hecho de la misma manera. Esto se debe no solo a la heterogeneidad que existe en los espacios rurales con relación a su situación geográfica, recursos, etc., sino también a la capacidad de reacción de cada uno de ellos frente a la crisis agraria. Así, y siguiendo esta lógica,

destacan tres ámbitos rurales: por un lado, la España rural litoral periurbana formada por municipios rurales caracterizados por su dinamismo económico, su adaptación a las nuevas demandas del mercado y su crecimiento demográfico. Por otro lado, se hallan las zonas periurbanas que se encuentran localizadas cerca de las grandes ciudades, cuyo movimiento es fruto de la demografía y economía urbana. Este informe distingue entre una España rural interior competitiva caracterizada por los avances en agricultura y transformación alimentaria y otra no competitiva que hace referencia a los territorios más dispersos que presentan un tipo de producción específica pero debido a una reducción de empleo se habría impulsado el abandono de la población (Blanco et al., 2015).

Según el Artículo 3 de la Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural se entiende por medio rural “el espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definido por las administraciones competentes que posean una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad inferior a 100 habitantes por km²” (p.5). Así mismo, la ley define zona rural como “ámbito de aplicación de las medidas derivadas del Programa de Desarrollo Rural Sostenible, de amplitud comarcal o subprovincia, delimitado y calificado por la Comunidad Autónoma competente” (p.5). Y determina municipio rural de pequeño tamaño como “aquel que posee una población residente inferior a los 5.000 habitantes y esté integrado en el medio rural” (p.5). Del mismo modo, en el artículo 10 de esta misma normativa, clasifica las zonas rurales teniendo en cuenta factores como la densidad de población, la estructura económica y los niveles de renta:

- Zonas rurales por revitalizar: aquellas con escasa densidad de población, prominente actividad agraria, débiles niveles de renta y un relevante aislamiento geográfico o dificultades territoriales.
- Zonas rurales intermedias: aquellas de bajo o media densidad de población, con un empleo variado entre el sector primario, secundario y terciario, bajos o medios niveles de renta y separados de los grandes núcleos urbanos.
- Zonas rurales periurbanas: aquellas de población ascendente, con dominio del empleo en el sector terciario, niveles medios o altos de renta y situadas cerca de los núcleos urbanos.

Por otro lado, la Oficina de Estadísticas de la Unión Europea (Eurostat (2018) utiliza el término “grado de urbanización”, según el cual se distinguen tres zonas: 1) zonas densamente pobladas, caracterizadas por una densidad superior a 500 habitantes por km² y al menos 50.000 habitantes; 2) zonas intermedias con una densidad de población mínima de 100 habitantes por km²

y una población total de al menos 50.000 habitantes; y 3) zonas poco pobladas con una densidad de menos de 100 habitantes por km y su población es inferior a 50.000 habitantes.

El Instituto Nacional de Estadística (2023), para elaborar los Censos de Población, utiliza el tamaño del núcleo poblacional considerando los siguientes tipos: municipio rural cuando cuentan con menos de 10.000 habitantes; municipios pequeños o rurales cuando tienen una población inferior a 2.000 habitantes; municipios intermedios cuando tienen una población entre 2.000 y 9.999 habitantes; y municipios urbanos tienen una población superior a los 10.000 habitantes.

Como podemos ver, actualmente no existe una definición comúnmente reconocida por todos de lo que se entiende por rural. El término ha evolucionado desde las características más tradicionales cuya economía estaba centrada en el predominio de lo agrario, hacia otras más complejas donde el aumento de actividades muestra una nueva realidad de desarrollo rural. Así, su conceptualización está condicionada por diversos factores, entre ellos, la heterogeneidad dada por la diversidad de espacios rurales. Por ello, llegamos a la conclusión de que la mayoría de las investigaciones y políticas públicas coinciden en la consideración de tres dimensiones para su definición: la demografía, combinando densidades de población con umbrales mínimos de población; la información sobre coberturas y usos del suelo, y la accesibilidad a infraestructuras y servicios públicos. No obstante, dentro del conjunto de municipios del territorio español, la diversidad es notable y, si lo es a escala nacional, la existente en la Unión Europea amplía aún más las dificultades para definir el concepto de rural, ya que ni todos los espacios rurales son similares ni implican las mismas problemáticas.

2 El medio rural en Europa

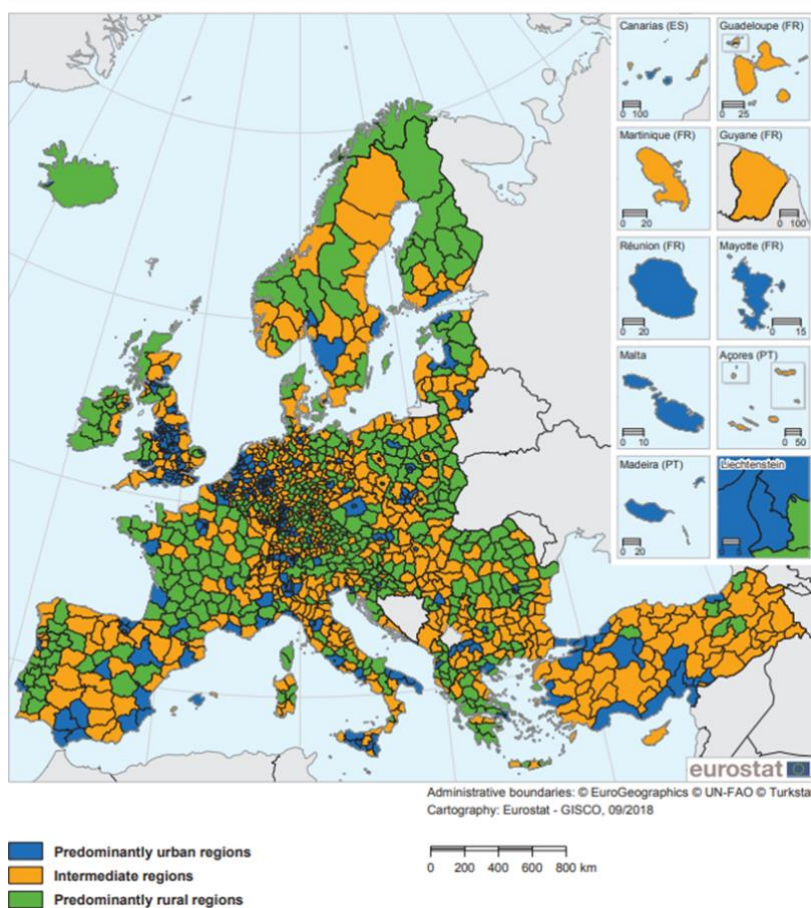
En el presente apartado se aborda el medio rural europeo, destacando el contexto general y examinando las políticas y programas de desarrollo rural que han sido implementadas en Europa para abordar los desafíos y oportunidades de estas áreas.

2.1 Contexto general del medio rural europeo

El conjunto de zonas rurales europeas constituye una parte significativa del continente. Según los datos extraídos de Eurostat, cerca del 28% de la población reside en regiones predominantemente rurales y el 32% en zonas denominadas intermedias, frente a un 40,2% de la población europea que vive en ciudades (véase Figura 4). Los estados europeos más rurales son Luxemburgo, Eslovenia y Lituania, mientras que Bélgica, Malta e Italia se encuentran con un mayor porcentaje de población viviendo en pequeñas ciudades, frente a países denominados urbanos

como Reino Unido, Chipre y España, esta última con un 48,5% de población urbana (Europa Ciudadana, 2020). Siguiendo esta línea, en términos referidos a la densidad de población, son evidentes las enormes diferencias que existen dentro de los espacios rurales delimitados (véase Figura 5). Encontramos unos valores medios y altos en los territorios ubicados en el centro de la Unión Europea, mientras que aquellos ubicados en la periferia del continente muestran superficies con densidades menores. Las áreas ubicadas en el norte concentran las mayores superficies, por ejemplo, Suecia con un 76% del territorio y con menos de 30 hab./km². También destaca la zona del interior de la península Ibérica (Portugal con un 41% y España un 37% de la superficie) y la zona francesa frente una mayor densidad en las zonas del sur de Italia, Grecia y la Europa más oriental (Eslovaquia, Hungría, Rumanía, Bulgaria y zonas próximas).

Figura 4. Tipología urbana-rural en Europa (2018)

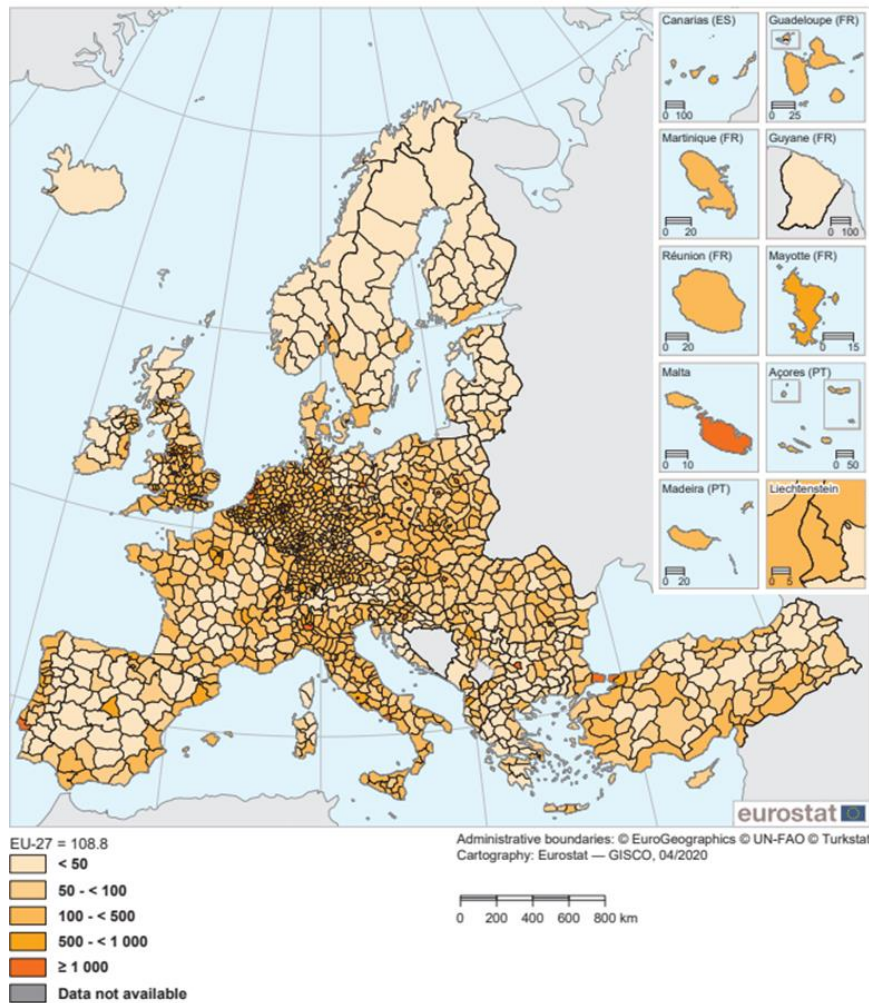


Fuente: Eurostat et al. (2020)

La diversidad del medio físico, así como los cambios en los modelos de poblamiento asociados a procesos de industrialización y urbanización hacen que las áreas rurales de nuestro continente estén sufriendo diversas y relevantes alteraciones que van desde la decadencia agraria y la despoblación, en unas zonas, al aumento de la presión urbanizadora y el deterioro

medioambiental, en otras. Generalmente, las regiones europeas menos pobladas se enfrentan al envejecimiento, la necesidad de servicios sociales y la debilidad económica, sumándole el factor de dificultad de accesibilidad e impidiendo así la integración económica y territorial de estas zonas. Es por ello por lo que se requiere una percepción del desarrollo rural centrado en las carencias específicas de cada zona con el fin de propiciar un desarrollo equilibrado sin intensificar las desigualdades entre poblaciones.

Figura 5. Densidad de población en Europa (2020)



Fuente: Eurostat et al. (2020)

2.2 Políticas y programas de desarrollo rural en la Unión Europea

La Unión Europea ha establecido una variedad de estrategias y programas destinados a promover el desarrollo sostenible y brindar apoyo a las áreas rurales, entre los que destacan:

- Política Agrícola Común (PAC): es la política más importante de la UE en el ámbito rural. Está dirigida fundamentalmente al sector agrario y ofrece apoyo a agricultores ofreciéndole

estabilidad en los ingresos, seguridad y mejora de la rentabilidad. Además, concreta las condiciones que permiten que el sector agrario cumpla sus funciones proporcionando beneficios tanto al sistema agroalimentario como a los consumidores y la sociedad en general (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2023b). Esta política también incluye medidas específicas para el desarrollo rural, como el Programa de Desarrollo Rural (PDR)

- Programas de Desarrollo Rural (PDR): son programas bajo los que se articulan las diversas actuaciones de cada país de la UE. Están diseñados para abordar las necesidades y desafíos específicos de cada zona rural y se financian a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER). Suelen incluir medidas para fomentar el bienestar rural, mejorar la competitividad agrícola o preservar el patrimonio natural y cultural (Comisión Europea, 2023).
- LEADER (*Liaison Entre Actions de Développement d'Économie Rurale*) es una iniciativa cuyo objetivo principal es impulsar el desarrollo rural a través de la financiación de proyectos innovadores y sostenibles. Se basa en la participación activa de las comunidades locales de cada territorio rural que elaboran y ejecutan estrategias de desarrollo para dicho territorio aprovechando sus recursos disponibles (Nicolás Martínez et al., 2021; Red Rural Nacional, 2020).
- Programa Horizon Europe: como su antecesor Horizonte 2020, es el programa marco de investigación e innovación de la UE para el periodo 2021-2027. No está centrado exclusivamente en el desarrollo rural, pero incluye áreas de investigación relacionadas, tales como la agricultura sostenible o la gestión de recursos naturales (Ministerio de Ciencia e Innovación, 2023).

Estos son solo algunos ejemplos de las políticas y programas de desarrollo rural llevados a cabo en la Unión Europea. Sin embargo, es importante destacar que estos pueden variar de un país a otro, ya que tienen la flexibilidad de adaptar las políticas propuestas en Europa a sus propias necesidades y prioridades.

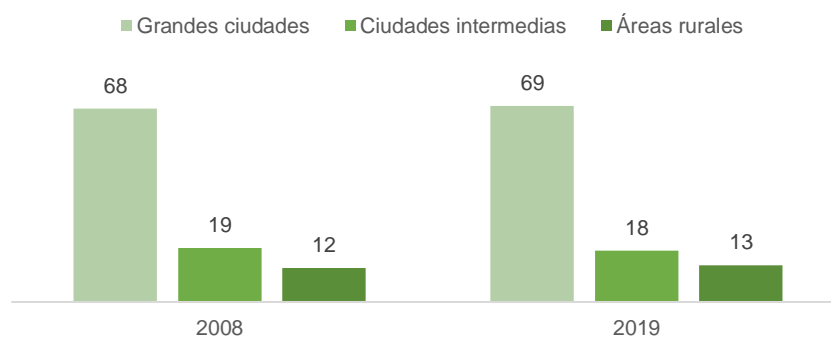
3 El medio rural en España

En este apartado nos adentraremos en el medio rural español. Se comienza examinando el contexto geográfico y demográfico de las zonas rurales del país, para luego explorar en detalle las políticas de desarrollo rural que se han implementado con el objetivo de impulsar el crecimiento y el bienestar en estas áreas.

3.1 Contexto geográfico y demográfico

Según los criterios definidos en la Ley 45/2007, España se caracteriza por su tendencia eminentemente urbana (véase Gráfico 1). Su estructura, compuesta por más de 8.000 municipios, cuenta con casi 7.000 con una población inferior a 5.000 habitantes (Instituto Nacional de Estadística, 2021). Estos datos muestran la inclinación hacia lo urbano y su consecuencia: la despoblación de los núcleos rurales. Prácticamente la mitad de los municipios españoles han percibido una disminución de la población, incluso las regiones que ya tenían un alto nivel de despoblación (Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón, Extremadura y La Rioja). Tanto es así que, aunque la centralización urbana sigue creciendo, son las ciudades intermedias las que han ganado población por encima de la media (Consejo Económico y Social, 2018).

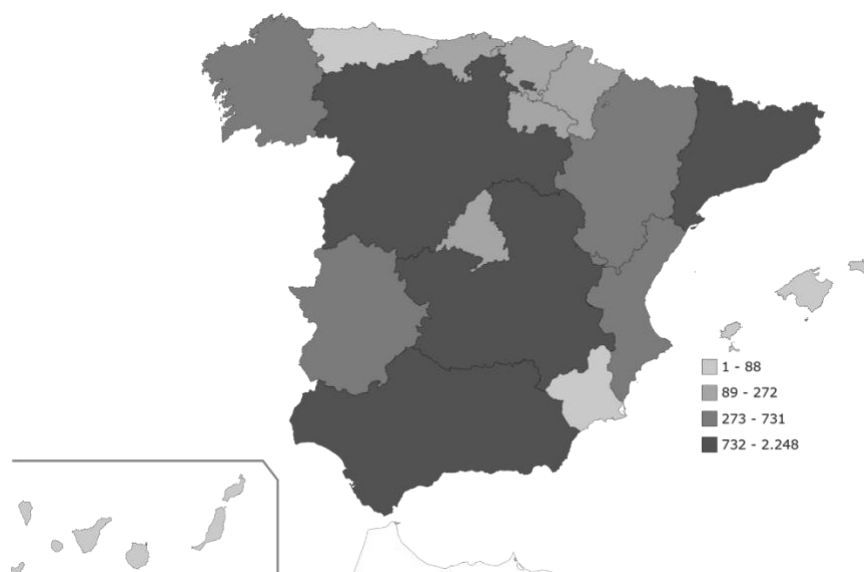
Gráfico 1. Porcentaje de la población por grado de urbanización (2008-2019)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019)

En términos rurales, en 2021 el país estaba compuesto por 8.131 municipios y en él vivían 7.849.598 personas, dando lugar a una densidad de población de 18,7 habitantes por km² (Instituto Nacional de Estadística, 2021). La mayor parte del territorio rural está ocupado por pequeños municipios y agrupan gran parte de la población, aunque están afectados en mayor grado por la despoblación. La comunidad autónoma con mayor número de áreas rurales y personas residiendo en ellas es Andalucía, seguida de Castilla-La Mancha y Castilla y León (véase Figura 6).

Figura 6. Comunidades autónomas con mayor número de áreas rurales



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2021)

En términos de densidad, la comunidad autónoma con el medio rural más densamente poblado son las Islas Baleares (56,9 hab./km²), seguida de Canarias (51,1 hab./km²) y la Comunidad de Madrid (29,7 hab./km²). Aunque eso no significa que sean las que más personas residan en sus zonas rurales, pues en esta línea está Andalucía, seguida de Castilla-La Mancha y Castilla y León, sumando entre las tres casi el 50% de la población del medio rural español. En el lado opuesto se sitúan la Comunidad de Madrid, el País Vasco y Cataluña con un 2,5 y 7 por 100 respectivamente) (Consejo Económico y Social, 2018). En este sentido, Molinero Hernando (2022) caracteriza la España rural de manera dual. Por un lado, se encuentra la España rural interior, que se corresponde con la España vaciada de la que tanto se habla y que está perdiendo un gran peso demográfico y económico durante los últimos años. Y por otro, la España rural periférica, que es la que gana, crece y se consolida.

3.2 Políticas de desarrollo rural en España

Las políticas de desarrollo rural implementadas en España son las iniciativas de carácter público que se actualizan cada 6 años y se enmarcan principalmente en la PAC de la Unión Europea. La nueva PAC, que estará vigente de 2023 a 2027, se centra en la consecución de resultados en relación con tres objetivos generales: 1) Fomentar un sector agrícola inteligente, competitivo, resiliente y diversificado que garantice la seguridad alimentaria a largo plazo; 2) Apoyar y reforzar la protección del medio ambiente y cooperar para alcanzar los objetivos medioambientales y climáticos de la Unión; y 3) Fortalecer el tejido socioeconómico de las zonas rurales. Estos objetivos generales a

su vez se desglosan en nueve objetivos específicos (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2023b) (véase Figura 7).

Figura 7. Objetivos específicos de la Política Agraria Común en España para el periodo 2023-2027

Objetivo específico 1

- Asegurar ingresos justos

Objetivo específico 2

- Incrementar la competitividad

Objetivo específico 3

- Reequilibrar el poder en la cadena alimentaria

Objetivo específico 4

- Acción contra el cambio climático

Objetivo específico 5

- Protección del medioambiente

Objetivo específico 6

- Conservar el paisaje y la biodiversidad

Objetivo específico 7

- Apoyar el relevo generacional

Objetivo específico 8

- Zonas rurales vivas

Objetivo específico 9

- Protección de la calidad de los alimentos y de la salud

Objetivo transversal

- Conocimiento e innovación

Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2023)

Dentro de la PAC, España sigue las directrices implementando programas de desarrollo rural que son financiados por la Unión Europea a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), entre ellos el programa LEADER.

Además de estas políticas a nivel nacional y europeo, España también lleva a cabo políticas de desarrollo rural a nivel regional. Dado el sistema de autonomía regional en España, cada

comunidad autónoma tiene la capacidad de diseñar y ejecutar sus propias políticas de desarrollo rural. Estas políticas regionales tienen como objetivo abordar las necesidades específicas de cada región, teniendo en cuenta las características y recursos locales. Esto ayuda a reducir los desequilibrios entre los territorios pertenecientes a cada comunidad autónoma y a promover un desarrollo más equitativo en todo el país (Fernández Llera & Murillo-García, 2020)

4 El medio rural en Castilla y León

A continuación, nos adentraremos en el mundo rural de Castilla y León, explorando sus características geográficas y demográficas. Posteriormente, se profundizará en los sectores económicos predominantes, destacando especialmente en el sector vitivinícola.

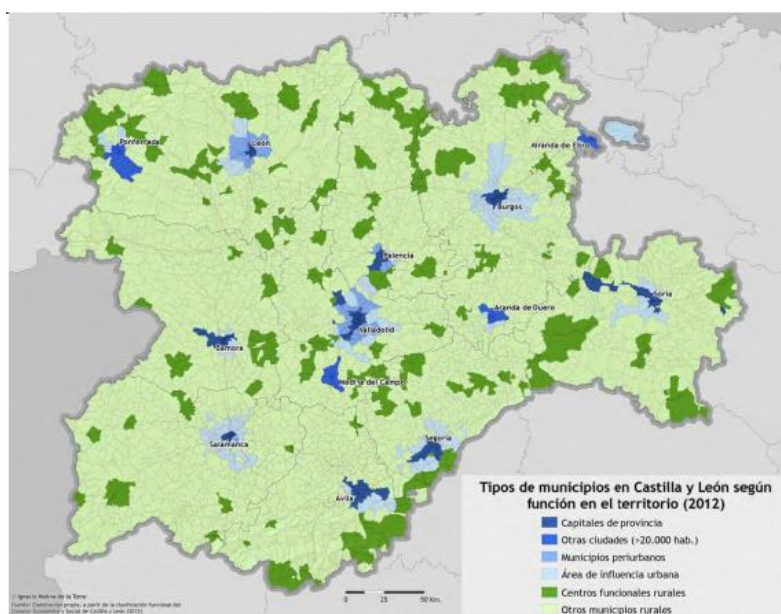
4.1 Características geográficas y demográficas de la región

Castilla y León es una comunidad autónoma situada en el centro-norte de España con una gran cantidad de áreas rurales. Su medio rural se caracteriza por su paisaje variado, con grandes extensiones de llanuras y montañas y una rica biodiversidad (Molina de la Torre, 2012).

Si tomamos como referencia los umbrales de ruralidad establecidos por el INE para determinar la población rural (municipios que tienen menos de 2.000 habitantes), según el censo de población de 2021, Castilla y León posee una superficie total de 94.220 km² y cuenta con 2.122 municipios con menos de 2.000 habitantes (de un total de 2.248), lo que supone un 86% del territorio total de la región (Instituto Nacional de Estadística, 2021). A pesar de tener la mayor extensión de España, la cantidad de población que vive en la comunidad es tan sólo de 2.393.285 habitantes frente a los 22.826.546 a nivel nacional del año 2020. Esto da lugar a una densidad de población muy baja de 12,57 habitantes por km². El reparto de la población está fuertemente concentrado pues, por un lado, encontramos muchos municipios de muy pequeño tamaño y, por otro lado, muy pocos municipios de tamaño medio y alto, coincidiendo la mayoría con sus capitales de provincia respectiva. Del mismo modo, se produce un desequilibrio en la distribución interprovincial, observando una mayoría de territorios con población muy escasa, junto a municipios de cierta relevancia poblacional alrededor de las áreas urbanas (Portela & Domínguez, 2020).

Así, podemos afirmar que el territorio castellano leonés es eminentemente rural. En la Figura 8 se aprecia la amplitud de la superficie del área rural, así como otros municipios que, a pesar de tener influencia urbana, son denominados rurales.

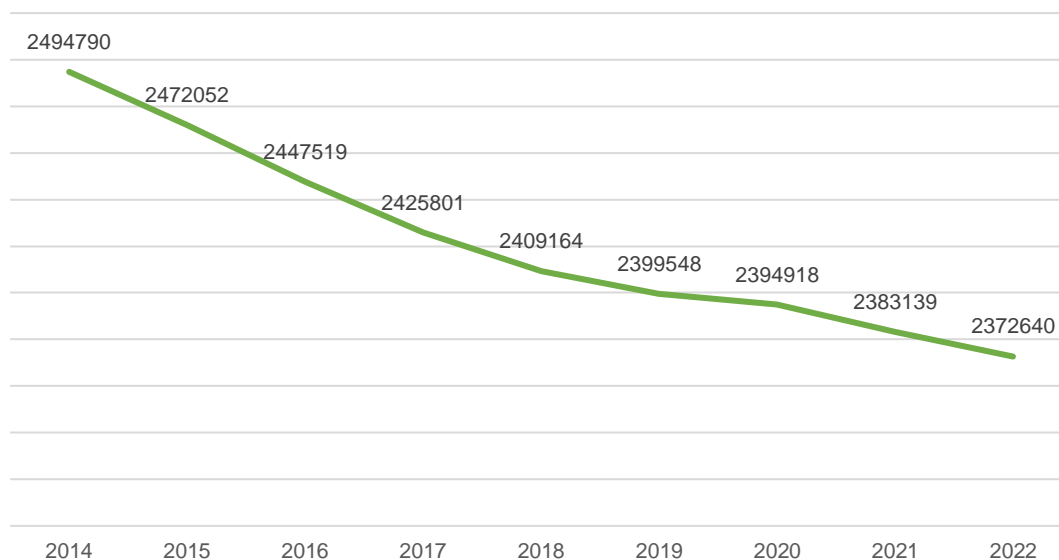
Figura 8. Tipos de municipios en Castilla y León



Fuente: Molina de la Torre, 2012

Desde la segunda mitad del siglo XX, el medio rural ha experimentado transformaciones relevantes relacionados con los cambios en los modos de vida propios de la economía y sociedad agraria tradicional. Estas transformaciones, junto con el proceso tecnológico ha originado una modificación de la mano de obra de las actividades agrícolas hacia el sector industrial y servicios. Esta particularidad es la causante del continuo despoblamiento de la mayoría de las zonas rurales españolas, desencadenando un proceso de envejecimiento en las poblaciones rurales y de debilitación económica. Este proceso de despoblación convierte a Castilla y León en la comunidad autónoma que más población ha perdido en los últimos 50 años, con un descenso del 10% (Modino Díez & Pardo Fanjul, 2020) En la Figura 9 puede observarse la evolución de dicha población rural durante el periodo 1996-2019, según la cual el número de habitantes desciende considerablemente. (González Leonardo & López-Gay, 2019; Martiarena Madrid, 2022).

Figura 9. Evolución de la población en Castilla y León (2014-2022)

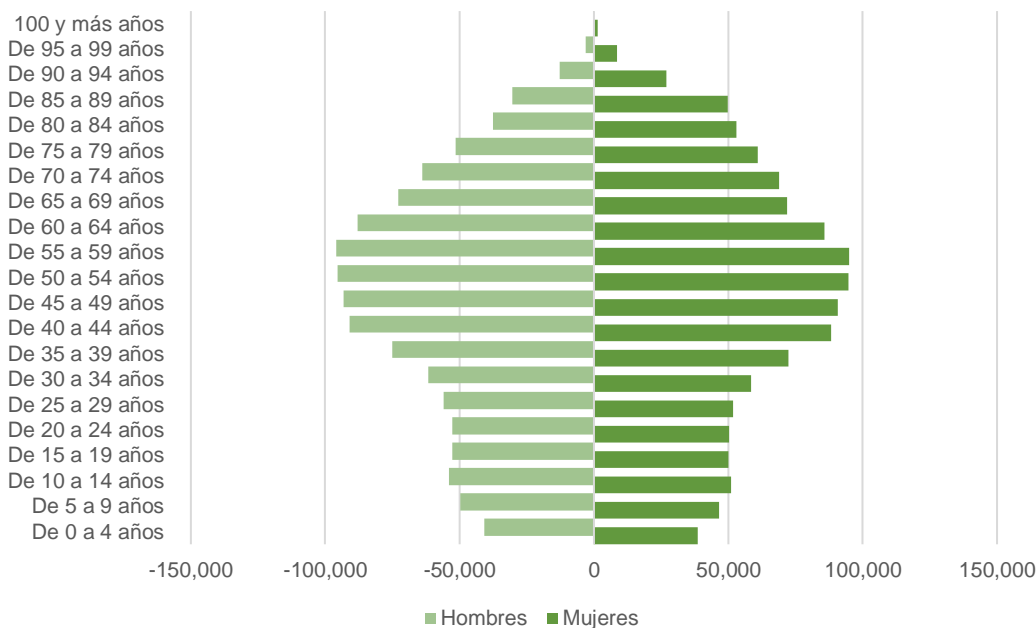


Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística (2023)

Las principales causas de la despoblación son multifacéticas y complejas. Uno de los principales factores es la presión demográfica del envejecimiento de las sociedades que conduce a una disminución del número de jóvenes en las zonas rurales (Modino Díez & Pardo Fanjul, 2020; Vega & San José, 2022). En la Figura 10 se presenta la pirámide de población de Castilla y León correspondiente al año 2020, en la que aparecen tres cohortes bien diferenciadas: por un lado, la formada por los siete primeros y últimos tramos de edad (menores de 35 y mayores de 70 años) y, por otro lado, la segunda cohorte que alcanza su máxima dimensión en las edades comprendidas entre los 35 y los 70.

El continuo descenso de población es evidente y sumándole el alto grado de envejecimiento hace que Castilla y León presente un grave problema demográfico. Además, la proyección de la población realizada por el INE para 2033 presenta claramente la forma de pirámide invertida, lo que significa que los números aumentarán significativamente y será mucho más preocupante en las zonas rurales, donde además de quedar poca población, esta será muy mayor (Modino Díez & Pardo Fanjul, 2020).

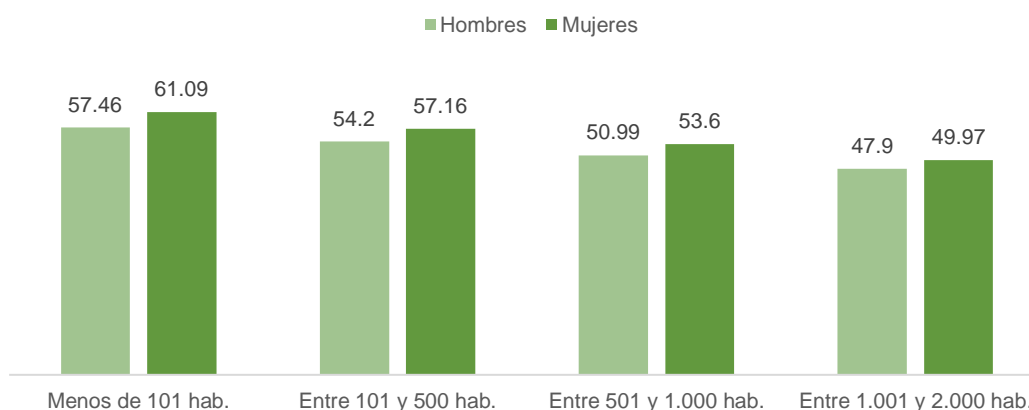
Figura 10. Pirámide de población de Castilla y León



Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística, 2020b

El envejecimiento de la población de Castilla y León es mucho mayor que el de España, pero también lo es el sobre-envejecimiento, fenómeno en el que una población envejece a un ritmo más rápido de lo esperado. En Castilla y León la población de más de 84 años representa casi el 22% de la población mayor de 64 años, mientras que en España el porcentaje oscila en el 15% (Modino Díez & Pardo Fanjul, 2020).

Figura 11. Población de municipios con menos de 2.000 habitantes



Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística, 2019

El principal problema no solo es la cuestión de la despoblación, sino los desequilibrios sociodemográficos que este proceso genera. El éxodo rural ha provocado un despoblamiento muy

selectivo por grupos de edad y sexo ya que han emigrado con mayor intensidad los jóvenes, dando lugar a un alto índice de envejecimiento (véase Figura 11). Además, la falta de oportunidades laborales y el acceso a la educación y los servicios sanitarios también son factores significativos que contribuyen a la despoblación (Martiarena Madrid, 2022).

4.2 Sectores económicos predominantes

Los sectores económicos predominantes en el medio rural de Castilla y León son:

- Agricultura: actividad económica importante en muchas zonas rurales. La región cuenta con extensas tierras destinadas al cultivo de diversos productos como cereales (trigo, cebada y maíz), legumbres, viñedos, olivas, entre otros (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).
- Ganadería: también juega un papel importante en la región (López del Paso et al., 2019). Se crían diversas especies, incluyendo vacas, ovejas, cabras y cerdos. Con relación al número de ejemplares, el ganado ovino es el de mayor importancia, siendo la raza Churra la más numerosa. La producción de carne y productos lácteos es una fuente de ingresos significativa para muchos ganaderos de la región (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2003a)
- Turismo rural: que ha experimentado un crecimiento considerable. La región cuenta con un rico patrimonio cultural y natural, con pueblos históricos, castillos, monasterios y paisajes que atraen a visitantes interesados en estos aspectos (Junta de Castilla y León, 2021a). Además, actividades como el enoturismo, también han contribuido al desarrollo del turismo rural en la región, convirtiéndose en una poderosa herramienta para el combatir la despoblación (Puértolas, 2020).

Es importante destacar que, si bien estos son los sectores predominantes en el medio rural de Castilla y León, también existen otros llamados emergentes, como la artesanía, la producción de energía renovable y el agroturismo, que están ganando importancia y diversificando las oportunidades económicas en el medio rural (Junta de Castilla y León, 2021a)

4.2.1 El sector vitivinícola en Castilla y León

Según los datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), España se ha convertido en el país con mayor extensión de viñedo del mundo (2014). La producción vitivinícola se extiende a lo largo de toda la geografía española, cultivándose en todas las comunidades autónomas. La mitad de la extensión total se encuentra en Castilla-La Mancha (455.348 has.),

seguida de Extremadura (79.410 has.), Castilla y León (78.134 has.) y Comunidad Valenciana (58.710 has.) (Afi, 2020) (véase Tabla 2).

Tabla 2. Distribución geográfica del viñedo y de la producción de vino en España (2019)

CC.AA	Viñedo de uva para vinificación (hectáreas)	Superficie de viñedo	Producción (hectolitros)	Producción
Castilla-La Mancha	455.348	47,67%	19.400.238	51,06%
Extremadura	79.410	8,31%	3.328.999	8,76%
Cataluña	56.275	5,89%	3.185.591	8,38%
La Rioja	46.934	4,91%	2.188.546	5,76%
Com. Valenciana	58.710	6,15%	2.157.038	5,68%
Castilla y León	78.134	8,18%	2.062.016	5,43%
Aragón	36.276	3,80%	1.248.152	3,28%
Andalucía	29.574	3,10%	1.136.108	2,99%
País Vasco	14.277	1,49%	783.985	2,06%
Galicia	33.286	3,48%	753.490	1,98%
Navarra	18.050	1,89%	740.578	1,95%
Murcia	23.251	2,43%	738.192	1,94%
Madrid	9.424	0,99%	111.816	0,29%
Canarias	13.016	1,36%	101.464	0,27%
Baleares	2.212	0,23%	58.064	0,15%
Asturias	114	0,01%	1.176	0,00%
Cantabria	118	0,01%	603	0,00%
TOTAL NACIONAL	955.135	100%	37.996.055	100%

Fuente: Afi (2020)

En Castilla y León, el sector vitivinícola es uno de los más importantes, tanto desde el punto de vista económica como cultural. La comunidad autónoma cuenta con más de 80.237 hectáreas de viñedo, lo que representa el 8,18% del total nacional y las provincias de Valladolid, Burgos y Zamora son las que concentran mayor superficie de viñedo y producción de vino (Afi, 2022). Con una larga historia y tradición en la producción de vino, la región destaca por su diversidad de variedades de uva y su compromiso con la calidad, innovación y sostenibilidad (Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León, 2013).

4.2.2 Glosario de nociones y conceptos básicos para el mundo del vino

El sector vitivinícola engloba todas las actividades relacionadas con la producción, elaboración y comercialización del vino. Según Real Academia Española (2021) se entiende por vitivinicultura como el “conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de la vid y a la elaboración del vino”. Desde que un viticultor planta la vid hasta que el consumidor final puede disfrutar de una copa de vino, cabe diferenciar tres etapas: cultivo de la vid (viticultura), elaboración y crianza del vino (vinicultura) y distribución y comercialización del vino (Afi, 2020). Por tanto, se ha

considerado importante introducir una serie de conceptos a modo de glosario para poder comprender mejor el enfoque de esta tesis.

Producción de la uva

- Viticultura: conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de la vid.
- Variedades de la uva: existen numerosas variedades de uva utilizadas en la elaboración de vino y cada una de ellas tiene unas características peculiares que afectan al aroma y al sabor del vino elaborado. Algunas variedades de uva tinta comunes en Castilla y León son Cabernet Sauvignon y Merlot, mientras que algunas de uva blanca populares son el Sauvignon Blanc y la Verdejo.
 - o Uvas tintas: su pulpa y piel contienen pigmentos naturales que aportan color a los vinos tintos, caracterizados por su color más oscuro y su sabor específico. Algunas variedades destacadas de uvas tintas son la Merlot, la Cabernet Sauvignon, la Syrah, la Pinot Noir o la Malbec.
 - o Uvas blancas: su pulpa es incolora y son fundamentales para la elaboración de vinos blancos, vinos espumosos y algunos estilos de vinos fortificados. Algunas de las variedades más conocidas son la Chardonnay, la Sauvignon Blanc, la Riesling, la Chenin Blanc, y la Verdejo, que es la más típica en Castilla y León.
- Cultivo de la vid
 - o Viñedo: es el terreno dedicado al cultivo de la vid. Se pueden encontrar en diferentes regiones del mundo y cada una de ellas tiene características únicas que influyen en el sabor y la calidad del vino.
 - o Vendimia: la vendimia es la recolección de las uvas maduras del viñedo. Se realiza en un momento específico del año y puede hacerse de manera manual o mediante el uso de maquinaria especializada.
 - o Poda: es una práctica vitícola que implica la eliminación de partes de la vid, como ramas, brotes y hojas, con el objetivo de controlar el crecimiento de la planta, mejorar la calidad de la uva y facilitar la gestión del viñedo. El proceso de poda se realiza en diferentes momentos del año y tiene un impacto significativo en la producción de uvas y, por ende, en la calidad del vino.
 - o Manejo de plagas: es esencial para garantizar la salud de los viñedos y la calidad de las uvas. Las plagas pueden incluir insectos, hongos, bacterias y otras formas de vida que puedan dañar las vides y afectar a la producción de las uvas.

Elaboración del vino

- Viticultura: conjunto de técnicas y conocimientos relativos a la elaboración y crianza del vino. Posterior a la vendimia, las uvas se procesan para obtener el mosto, el cual se fermentará para producir el vino. Este proceso incluye etapas como la fermentación, la crianza y el embotellado y etiquetado del vino. Cada etapa contribuye a la transformación de las uvas en vino y puede variar dependiendo del tipo de vino que se desee producir. A continuación, se resume en qué consisten cada una de las etapas:
 - a) Fermentación: es el proceso químico mediante el cual los azúcares del mosto de la uva se convierten en alcohol y otros compuestos.
 - b) Crianza: es el periodo de tiempo durante el cual el vino se deja envejecer en barricas, bidones o botellas antes de ser vendido en el mercado.
 - c) Embotellado y etiquetado del vino: las etiquetas proporcionan información importante sobre el vino, como la variedad de la uva, la D.O., el año de cosecha, la bodega y la región de procedencia. También pueden incluir indicaciones sobre el sabor, el maridaje y las características del vino.

Bodegas e instalaciones

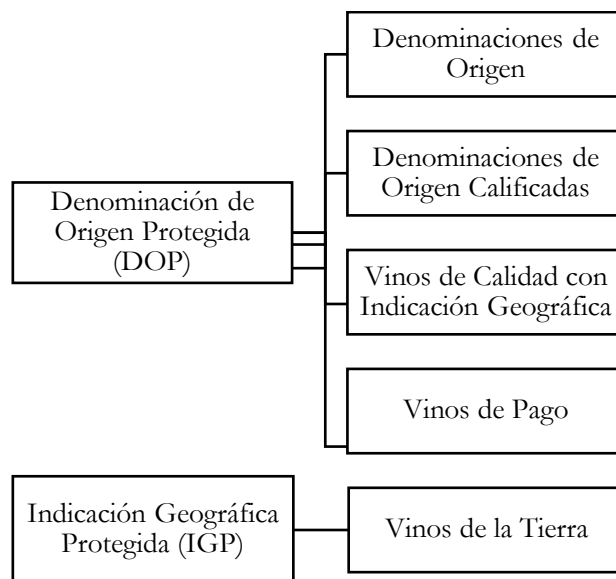
- Bodega: es el lugar donde se elabora y almacena el vino. En ellas se lleva a cabo todo el proceso de elaboración, incluyendo la crianza del vino en barricas de roble u otros depósitos especializados. Las bodegas pueden ser desde pequeñas instalaciones familiares hasta grandes empresas comerciales.
- Equipamiento vinícola: comprende una variedad de herramientas y maquinaria diseñada para facilitar las diferentes etapas del proceso de producción de vino, desde la vendimia hasta la elaboración y el embotellado. Algunas herramientas clave son las despalladoras y estrujadoras, prensas, tanques de fermentación, bombas, barricas de roble, fermentadores de acero inoxidable, filtros, embotelladoras, tapadoras y equipos de laboratorio.

Certificados de calidad (véase Figura 12)

- Vinos de Calidad con Indicación Geográfica, son los producidos y elaborados en una región, comarca o lugar determinado con uvas procedentes de los mismos, cuya calidad, reputación o características se deban al medio geográfico, al factor humano o a ambos, en lo que se refiere a la producción de la uva, a la elaboración del vino o a su envejecimiento. Este tipo de certificación incluye a los Vinos de la Tierra.
- Vino de la Tierra: es el que ha sido delimitado teniendo en cuenta unas determinadas condiciones ambientales y de cultivo que puedan dar a los vinos características específicas.

- Denominación de Origen Protegida (DOP): es un sistema de calidad y origen utilizado para garantizar que los vinos reflejen las características distintivas de su región de origen. Hay varias categorías bajo el paraguas de la DOP, como la Denominación de Origen, la Denominación de Origen Calificada, los Vinos de Calidad con Indicación Geográfica y los Vinos de Pago. En Castilla y León hay un total de 13 comarcas vitivinícolas, distribuidas por las diferentes provincias de la región.

Figura 12. Clasificación de las certificaciones de calidad del vino



Fuente: elaboración propia

- Denominaciones de Origen (D.O.): es una categoría que certifica la calidad y autenticidad de los vinos producidos en una región vinícola específica. El consejo regulador de cada D.O. establece unas normas y requisitos que deben cumplirse para que un vino pueda llevar su nombre. Para que se reconozca una D.O. han de haber transcurrido, al menos, cinco años desde su reconocimiento como Vino de Calidad con Indicación Geográfica.
- Denominación de Origen Calificada: algunas regiones han alcanzado un estatus superior dentro del sistema DOP, lo que implica estándares y controles de calidad más estrictos.
- Vinos de Calidad con Indicación Geográfica: esta categoría se utiliza para designar vinos de alta calidad con características relacionadas con su origen geográfico, pero que no cumplen con todos los requisitos de una D.O. Es una designación intermedia que reconoce la calidad y la influencia geográfica.
- Vinos de Pago: son vinos españoles que provienen de un viñedo determinado con características únicas y condiciones de cultivo excepcionales. Tienen regulaciones específicas y representan la máxima expresión de la singularidad de un terreno.

- D.O. Ribera del Duero: se encuentra en torno al río Duero, formando una franja vitícola de unos 115 km de largo por 35 km de ancho, transcurriendo por el oeste de Soria, el sur de Burgos, el noreste de Segovia y el este de Valladolid. La Denominación de Origen fue aprobada en 1982 y cuenta en la actualidad con más de doce mil hectáreas de viñedos cedidos por 60 municipios de la provincia de Burgos, 4 de la provincia de Segovia, 19 de Soria y 19 de Valladolid. Entre las variedades autorizadas predomina el Tempranillo, junto con la Cabernet-Sauvignon, Merlot, Malbec y la Garnacha Tinta. Con ellas se elaboran dos tipos de vinos: los rosados y los exitosos vinos tintos de la Ribera del Duero (Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León, 2013)
- D.O. Rueda: se sitúa en el centro de la depresión que forma el río Duero, donde convergen las provincias de Valladolid, Segovia y Ávila. La Denominación de origen fue aprobada en 1992 y en 2001 se integraron los vinos tintos y rosados que tenían la mención especial de “Vinos de la Tierra de Medina del Campo”. Actualmente cuenta con 7.400 hectáreas que se distribuyen entre 72 municipios de la provincia de Valladolid, Ávila y Segovia. Dentro de las variedades blancas autorizadas destaca la Verdejo, acompañada de la Viura, la Sauvignon Blanc y la Palomino. En tintas, es preferente la Tempranillo, acompañada de la Cabernet Sauvignon, la Merlot y la Garnacha.
- D.O. Cigales: se encuentra al norte de Valladolid, extendiéndose a lo largo del río Pisuerga, en el sector norte de la Depresión del Duero. Cuenta con una superficie aproximada de 2.800 hectáreas de viñedo, cedidos por 10 municipios de la provincia de Valladolid: Cabezón de Pisuerga, Cigales, Corcos del Valle, Cubillas de Santa Marta, Fuensaldaña, Mucientes, Quintanilla de Trigueros, San Martín de Valvení, Trigueros del Valle, Valoria la Buena y Dueñas en la provincia de Palencia. Le fue otorgado el sello de calidad de Denominación de Origen en 1991. A partir de entonces, las uvas negras autorizadas son la Tinta del país junto con la Garnacha Tinta y la Garnacha Gris, y en blancas, se encuentran la Verdejo, la Albillo y la Viura. Con estas uvas se elaboran los vinos característicos de Cigales en especial el rosado.
- D.O. Toro: se encuentra al sudeste de la provincia de Zamora, comprendiendo parte de las comarcas naturales de Tierra del Vino, Valle del Guareña y Tierra de Toro. Obtuvo la calificación en 1987 y sus más de 3.000 hectáreas de viñedo ocupan tierras de 14 municipios de la provincia de Zamora. Las variedades de uva autorizadas son la Tinta de Toro y la Garnacha en tintas y la Malvasía y la Verdejo en blancas. Con estas variedades se elaboran vinos tintos (jóvenes, crianza, reserva y gran reserva), rosados y blancos.

- D.O. Arribes: está situada en la zona en la que el río Ruedo une las provincias de Salamanca y Zamora, incluyendo un total de cuarenta y siete municipios y una superficie total de 2500 hectáreas. En 1988 se constituyó la asociación «Vino de la Tierra de Arribes del Duero» y en 2007 obtuvo la denominación de origen. La variedad de uva mayoritaria de uva tinta es la Juan García, aunque también tiene otras importantes como la Rufete, el Tempranillo, la Buñal o la Mandón. Sus viñedos se caracterizan por la antigüedad de la zona, en la que al menos el 50% están plantados con anterioridad al año 1956 (Consejo Regulador D.O. Arribes, 2020)
- D.O. Tierra del Vino de Zamora: se encuentra situada en el sureste de la provincia de Zamora, comprendiendo una superficie de aproximadamente 1800 kilómetros cuadrados distribuidos entre un total de 56 municipios, de los cuales 46 pertenecen a la provincia de Zamora y 10 se encuentran en el noreste de la provincia de Salamanca. Se elaboran vinos blancos, claretes, rosados y tintos, siendo las variedades más características la malvasía castellana, el moscatel, el verdejo y el godello de blancas, y el tempranillo como la variedad tinta principal (Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas, 2023).
- D.O. Bierzo: reconocida en 1989, la comarca del Bierzo se sitúa en el noroeste de la provincia de León y ocupa un área de 2.954 kilómetros, lo que supone el 18% de la superficie provincial, abarcando 22 municipios. El Bierzo es una tierra fértil donde se producen diferentes variedades de uvas adaptadas todas ellas a las características de los suelos y el clima. La elaboración de los vinos amparados por su consejo regulador debe ser exclusivamente con las siguientes variedades: Mencía, Garnacha tintorera, Godello, Doña blanca y Palomino (Consejo Regulador de la Denominación de Origen Bierzo, 2023).
- D.O. Tierra de León: creada en 2007, abarca una amplia área en la provincia de León, con más de 50 municipios. Lo que la hace especial es la producción de vinos de alta calidad a partir de variedades de uva autóctonas, que son propias de la región. La variedad Prieto Picudo es una de las más valoradas, utilizada principalmente en la producción de vinos tintos y la Albarín, para la producción de vinos blancos (D.O. León, 2023).
- D.O. Arlanza: la D.O. nace en el año 2007 aunque su tradición vitivinícola en la comarca se remonta al siglo X. Está situada en la zona centro de la provincia de Burgos y está compuesta por 67 núcleos de población, de los cuales 54 pertenecen a la provincia de Burgos y 13 a la de Palencia. Para elaborar vinos que estén bajo la D.O. Arlanza es necesario que estos se elaboren exclusivamente con cierto tipo de uvas, siendo las variedades de uva blanca la Albillo y la Viura y las tintas el Tempranillo, la Garnacha, la Mencía, la Cabernet Sauvignon, la Merlot y la Petit Verdot. Las bodegas que componen la

D.O. se caracterizan por ser pequeñas y tradicionales, pues todavía persisten las típicas bodegas tradicionales subterráneas, que antiguamente se encontraban en las afueras de los municipios formando un paisaje característico propio de la región (D.O. Arlanza, 2019).

- V.C. Valles de Benavente: Valles de Benavente es una Denominación de Origen Protegida (D.O.P) con derecho a la Mención Vino de Calidad (V.C). Fue creada oficialmente en 2007 y se encuentra ubicada en la comarca de Benavente y Los Valles, situada al noroeste de la provincia de Zamora, cerca de la frontera con la provincia de León. Esta zona geográfica ofrece un entorno adecuado para el cultivo de la vid debido a su clima continental con influencia atlántica y a la altitud de sus viñedos. La D.O.P Valles de Benavente trabaja con varias variedades de uva, siendo las principales la Tinta de Toro, Garnacha Tinta, Mencía y Verdejo (D.O.P. Vino de Calidad de los Valles de Benavente, 2023).
- V.C. Sierra de Salamanca: desde 2010, la D.O.P protege la tipicidad de los vinos que elaboran 10 bodegas situadas en la Sierra de Salamanca, ubicada al suroeste de la provincia de Salamanca. Comprende varios municipios de esta región, incluyendo poblaciones como San Esteban, Villanueva del Conde, Miranda del Castañar, entre otros. La D.O.P trabaja con una variedad de uvas autóctonas para producir sus vinos, entre las que se encuentran la Rufete, la Tempranillo, la Albillo Mayor y la Garnacha. Todas estas variedades hacen que en la Sierra de Salamanca se produzcan vinos tintos, blancos y rosados de calidad (D.O.P Sierra de Salamanca, 2020).
- V.C. Cebreros: fue creada oficialmente en el año 1999, pero en el siglo XIV ya se alababan los vinos de Cebreros. Se encuentra ubicada en la comarca de Cebreros, en la provincia de Ávila. Sus viñedos nacen en las laderas de la Sierra de Gredos, descendiendo hacia el norte con destino al valle del río Alberche y hacia el valle del Tietar por el sur. Situada en el noroeste de la provincia de Ávila, se caracteriza por su clima mediterráneo continental, extremo y nevado en invierno, cálido y seco en verano. La D.O.P. Cebreros trabaja principalmente con la variedad de uva Garnacha, tanto tinta como blanca, aunque también se permite el uso de otras variedades autorizadas como la Albillo Mayor y la Negral (D.O.P. Cebreros, 2023).
- V.C. Valtiendas: la D.O.P. fue designada como Vino de Calidad en 2007 para designar a los vinos originarios de la zona vitícola del norte de la provincia de Segovia, situada alrededor de la localidad de Valtiendas y abarcando 16 municipios de la provincia. La elaboración de sus vinos protegidos se realiza exclusivamente con uvas blancas de la variedad Albillo y uva tinta de las variedades Tempranillo, Garnacha, Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah.

Comercialización y distribución

- Comercialización y distribución: después de la elaboración, el vino se comercializa y distribuye a través de diferentes vías, como tiendas especializadas, restaurantes, bodegas, exportaciones y ventas en línea. La comercialización del vino implica estrategias de promoción, publicidad y relaciones públicas para darlo a conocer y venderlo.
- Enoturismo: es una forma de turismo relacionada con el vino. Implica visitar viñedos, bodegas y rutas vitivinícolas para aprender sobre la cultura del vino, participar en catas y hacer recorridos por los viñedos y otras actividades.

Ocupaciones

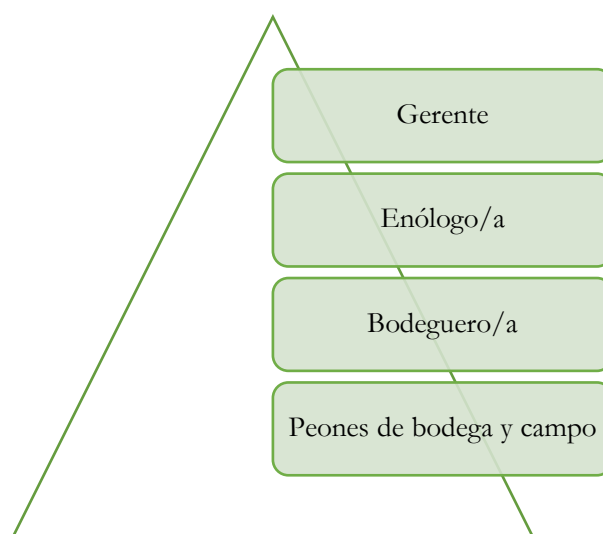
Debido a la diversidad de actividades involucradas en el sector vitivinícola, su cadena de valor es muy amplia. Además, de los viticultores y los enólogos directamente relacionados con el cultivo de la vid y la elaboración del vino, existen numerosos profesionales y trabajadores que desempeñan tareas y funciones fundamentales a lo largo de todo el proceso (Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León, 2013).

- En el viñedo:
 - o Supervisor/a de campo: persona encargada de formar a los vendimiadores y coordinador las labores de vendimia.
 - o Operario/a de maquinaria agrícola: persona encargada conducir el tractor y manejar la maquinaria necesaria para las labores.
 - o Encargado/a de viñedo: persona que realiza las podas y otras labores agrícolas como el control de plagas, necesidades de cultivo, productos que se deben emplear, etc.
- En la bodega:
 - o Operario/a de maquinaria enológica: persona que se encarga del control de las tolvas, prensa, etc.
 - o Encargado/a de vinificación: persona que lleva a cabo labores de remontados, control de temperatura de los vinos, la fermentación, los trasiegos, limpiezas, etc.
 - o Encargado/a de tratamientos: persona responsable de la estabilización del vino, las mezclas, las clarificaciones, etc.
 - o Operario/a de línea embotelladora: persona que maneja y controla la embotelladora, la encorchadora, la encapsuladora, etiquetadora y demás.
 - o Operario/a de línea envasadora: persona que controla y maneja la envasadora de cartón, la empaquetadora, la etiquetadora, etc.

- Encargado/a de embalaje y paletizaje: persona que embala y arma pallets.
- Encargado/a de bodega: persona que coordina la adquisición de insumos y materiales necesarios, así como de gestionar los inventarios.
- Enólogo/a: persona encargada de realizar el seguimiento y control de la uva en campo, de la elaboración del vino y la realización de analíticas.
- Conductor/a de carretillas elevadoras: persona encargada de manejar la carretilla elevadora y estar al cargo de su mantenimiento.
- Analista de bodega: persona encargada de la toma de muestra y realización de las analíticas pertinentes.

En las bodegas, es común encontrar una persona responsable que, en muchos casos, cuenta con una formación específica como enólogo, ingeniero agrícola o agrónomo. Sin embargo, para las labores más rutinarias, se emplean personas sin formación especializada, quienes llevan a cabo diversas tareas. Una estructura típica en el sector vitivinícola suele ser la que se presenta en la Figura 13.

Figura 13. Estructura típica de las ocupaciones en el sector vitivinícola



Fuente: elaboración propia a partir de Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León (2013)

4.2.3 Tareas y funciones características del sector vitivinícola

Las actividades esenciales del sector vitivinícola se dividen en dos categorías: aquellas llevadas a cabo en el viñedo, donde la atención a las vides y el cultivo de las uvas son fundamental, y las destinadas a la etapa de elaboración del vino. A continuación, se explorará en detalle cada una de las fases y sus labores que dan vida al sector vitivinícola:

- Labores en viñedo

Las tareas en el viñedo se agrupan en diversas etapas fundamentales, cada una de ellas vital para el éxito de las siguientes. Comprenden la preparación de tierras, la plantación de las vides, el emparrado para su soporte, el tratamiento invernal, la poda en verde para controlar el crecimiento, los tratamientos necesarios en primavera e invierno, la vendimia y, finalmente, la poda que dará inicio a un nuevo ciclo (Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León, 2013). Cada fase desempeña un papel crucial en el proceso vitivinícola, asegurando un beneficioso camino hacia la elaboración de excelentes vinos (véase Tabla 3).

Tabla 3. Tareas y funciones que realizar en el viñedo

Preparación de tierras	Nivelación del terreno
	Retirada de piedras
	Tratamientos fitosanitarios
	Compactación y sellado del terreno
	Abonado
Plantación	Marcado de líneas y calles
	Plantado de las nuevas plantas-injertos
Emparrado	Hincado de postes
	Tendido y amarrado de cables
	Colocación de anclajes y tensores
	Atado de sarmientos
Tratamiento de invierno	Preparación del producto y pulverizado en el cultivo
Poda en verde	Poda manual de aclareo o formación
Tratamientos primavera/verano	Preparación del producto y pulverizado sobre el cultivo
Vendimia	Corte de racimos
	Transporte de cargas hasta el remolque y descarga
	Transporte de carga a la bodega
Poda	Prepodado de las cepas para facilitar la poda
	Quirpeo del terreno
	Retirada de sarmientos
	Quema de sarmientos

Fuente: elaboración propia a partir de Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León (2013)

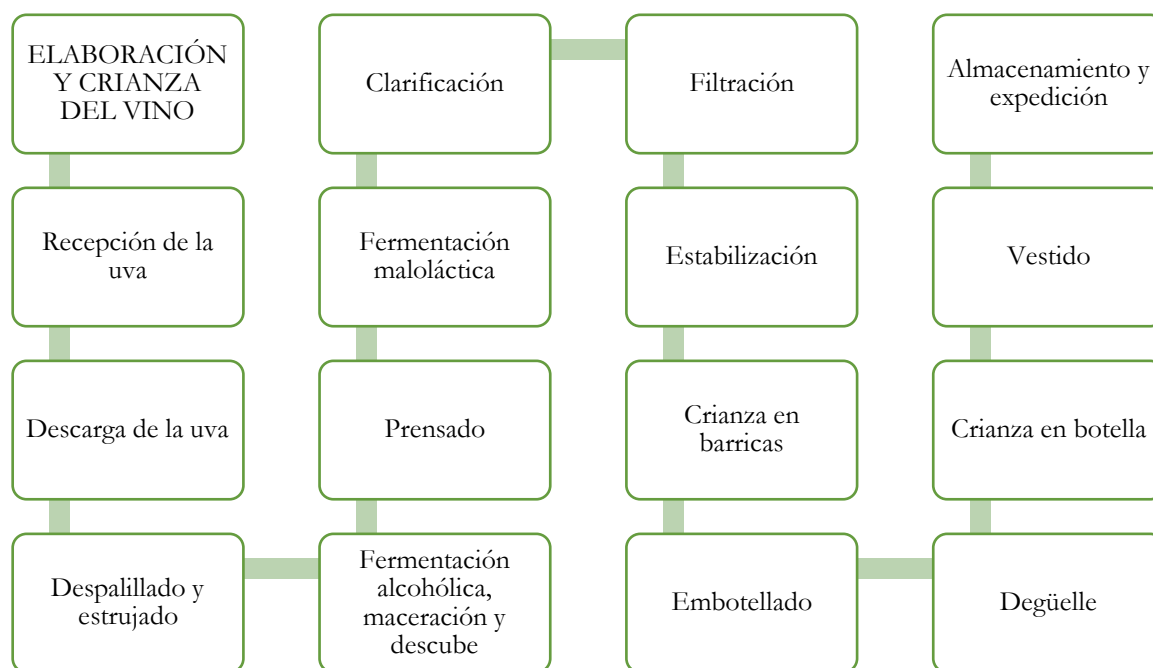
- Elaboración y crianza de vino

Existen diferencias entre el proceso productivo del vino según sea el tipo de uva y el vino por elaborar, sin embargo, hay una serie de tareas que son comunes a todos.

En la bodega, es fundamental iniciar los preparativos previos, que implican la limpieza meticulosa de todas las instalaciones, entre otros aspectos. La planificación adecuada de la recepción de la uva es esencial para garantizar que todo lo vendimiado durante un día se procese

en esa misma jornada (Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León, 2013). El proceso completo puede ser observada detalladamente en la Figura 14.

Figura 14. Proceso de la elaboración y crianza del vino



Fuente: elaboración propia a partir de Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León (2013)

5 Síntesis del capítulo

En este capítulo se ha abordado el marco teórico relacionado con el medio rural. Durante esta exploración, se ha observado la complejidad de definir de manera precisa qué se entiende por dicho término. Sin embargo, llegamos a una conclusión fundamental: todas las concepciones de lo rural incorporan tres dimensiones esenciales para su definición: la demografía, la cobertura y el uso del suelo y la accesibilidad a infraestructuras y servicios.

Desde una perspectiva europea, España se encuentra catalogada como un país mayormente urbano en comparación con otros países del continente que presentan un carácter rural más evidente. Es importante destacar que gran parte de las políticas aplicadas en España son influenciadas y determinadas por directrices originarias desde la Unión Europea, especialmente en el contexto de la Política Agraria Común (PAC).

Dentro del contexto español, la región de Castilla y León se destaca por su naturaleza eminentemente rural, caracterizada por enfrentar desafíos significativos relacionados con la

despoblación y el envejecimiento de su población. Esto nos lleva a reflexionar sobre la necesidad de fomentar que los jóvenes y las mujeres opten por permanecer en el medio rural y lo perciban como un lugar atractivo para vivir y trabajar.

En este sentido, el desarrollo del medio rural se presenta como una meta crucial. La retención de mujeres jóvenes en estas áreas, junto con el fomento de la natalidad, se percibe como un paso fundamental hacia dicho desarrollo. En particular, el sector vitivinícola es una opción atractiva para las mujeres, lo que podría contribuir significativamente a revitalizar y fortalecer el medio rural

CAPÍTULO 3

La mujer rural

En el capítulo anterior, se ha explorado en profundidad el medio rural y su relación con el sector vitivinícola en Castilla y León. Ahora, en este segundo capítulo del marco teórico, centramos la atención en un componente esencial de este entorno: las mujeres rurales. El propósito de este capítulo es explorar la noción de mujer rural, destacando su papel en un contexto arraigado en la tradición, pero en constante evolución.

Se comienza definiendo el significado de “mujer rural” y se examina cómo este concepto ha cambiado a lo largo del tiempo. Además, se aborda el marco normativo que influye en sus vidas y se contextualiza la situación de la mujer en el medio rural de Castilla y León. A través de un análisis detallado, se intenta comprender cómo se enlazan las dinámicas rurales características de esta región con los desafíos que enfrentan las mujeres que habitan en ella.

Un aspecto crucial de la vida de la mujer rural es su empleabilidad. Se abordan las dificultades y desafíos que enfrentan al buscar oportunidades de empleo en el contexto rural. Al mismo tiempo,

se examinan las oportunidades laborales que se presentan y la importancia de las asociaciones de mujeres como agentes de cambio en este ámbito.

Finalmente, se cierra este capítulo situando los perfiles de mujeres rurales, abarcando tanto el enfoque tradicional como el contemporáneo.

En resumen, este capítulo busca fundamentar la complejidad de las vidas de las mujeres rurales, destacando sus contribuciones en una comunidad que sigue luchando con la tradición y el cambio. A medida que se avanza en la investigación, nos acercamos a una comprensión más completa de la interacción entre la mujer, el medio rural y el sector vitivinícola en Castilla y León

1 Conceptualización de mujer rural

Para comprender la situación y la condición de vida de las mujeres rurales es preciso conocer las relaciones en la cultura rural. No es posible establecer una definición general de “mujer rural” sin tener en cuenta las variedades que este concepto abarca: diversos tipos de territorio rural, nivel socioeconómico, relación de las mujeres con las tareas realizadas, nivel educativo, accesibilidad a los recursos, etc. (Sabaté Martínez, 2018)

Según la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) ser mujer rural significa ser una mujer que vive y se desarrolla en áreas rurales o en comunidades agrícolas. Implica enfrentar una serie de experiencias, desafíos y oportunidades específicas asociadas a la vida en entornos rurales (Agriculture and Economic Development Analysis Division, 2011).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) describe a la mujer rural como “aquella que vive en un contexto rural, ya sea su ocupación principal sea agrícola o no” (Bárcena et al., 2019).

Por su parte, Las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el Informe sobre Desarrollo Humano definen a la mujer rural como “aquella que vive en áreas rurales y se dedica a actividades agrícolas, ganaderas, pesqueras o forestales, o a actividades no agrícolas como artesanía, comercio, servicios o trabajo doméstico” (Conceição, 2022; Jahan, 2016).

Aunque no existe una única definición universal, ser mujer rural implica una serie de características y circunstancias que las diferencian de las mujeres que viven en entornos urbanos. Algunas son las siguientes:

- Estilo de vida y ubicación geográfica. viven en el medio rural, alejado de los centros urbanos. Esta situación puede afectar a su acceso a los servicios esenciales tales como la educación, atención médica y otras oportunidades disponibles (Pérez Rodríguez, 2008).
- Participación en actividades agrícolas y agropecuarias: suelen estar activamente involucradas en diversas actividades relacionadas con la agricultura, la ganadería, la pesca y otras actividades vinculadas con el sustento y el desarrollo económico en las comunidades rurales (Agriculture and Economic Development Analysis Division, 2011; Langreo Navarro, 2010; Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2003b; Montenegro, 2019).
- Papel importante en la comunidad y la familia: desempeñan un rol importante en la vida comunitaria. Suelen ser cuidadoras de la familia y transmisoras de conocimientos

tradicionales. Suelen enfrentar responsabilidades adicionales en la gestión del hogar y el cuidado de los hijos y/o de personas dependientes (Murciano Sánchez et al., 2021).

- Desafíos y desigualdades de género: enfrentan desafíos y desigualdades debido a normas culturales arraigadas del medio rural y estereotipos de género. En ocasiones experimentan dificultades en el acceso a la educación, la salud, los servicios básicos y los recursos productivos, así como la participación limitada en la toma de decisiones a nivel comunitario y político (Jimena Medina, 2019).

2 Marco normativo y actuaciones internacionales, nacionales y regionales relacionadas con los derechos de las mujeres rurales

El marco jurídico que rige la situación de la mujer rural está constituido por la normativa y las acciones desarrolladas por los organismos internacionales, nacionales y autonómicos de Castilla y León.

A nivel internacional destacamos las actuaciones de las Naciones Unidas:

- La Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) establece principios fundamentales de derechos humanos que son aplicables a todas las personas, sin distinción de género, origen étnico o ubicación geográfica. La Declaración no menciona específicamente a la mujer rural, ya que se enfoca en principios generales de igualdad y no discriminación.
- La Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer, adoptada en 1979 y aprobada en España el 16 de diciembre de 1983. La “carta de derechos de las mujeres” es el eje de todos los programas de ONU Mujeres en los que participan más de 185 países.
- Las diferentes Conferencias Mundiales sobre la Mujer: México (1975); Copenhague (1980); Nairobi (1985) y Beijing (1995). En esta última conferencia se origina la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, así como el “Día Internacional de las Mujeres Rurales”, cuya celebración es el 15 de octubre.
- La Declaración de Ginebra sobre las Mujeres Rurales (1992), cuyo objetivo principal fue la formulación de políticas dirigidas a la mejora de la calidad de vida de las mujeres rurales
- Los Planes Estratégicos de la ONU Mujeres, actualmente vigente el correspondiente al periodo 2022-2025, persiguen los objetivos para lograr la igualdad de género y empoderar a las mujeres y las niñas, apoyando la implementación de la Declaración de

Beijing y contribuyendo a la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible con perspectiva de género (Naciones Unidas, 2021).

- Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en los que se incluye la igualdad de la mujer, desarrollados en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en 2012 (United Nations, 2012).

A nivel europeo:

- El Tratado de Roma (1957), Tratado de Maastricht (1992), Tratado de Ámsterdam (1997) y Tratado de Lisboa (2009). Los tratados de la Unión Europea establecen principalmente disposiciones relacionadas con el mercado común, la cooperación económica y la creación de la Unión Europea. No se centran explícitamente en cuestiones de género o en los derechos de las mujeres. Sin embargo, contienen principios generales que se aplican a todas las personas, independientemente de su género.
- En 2010, la Comisión Europea adoptó la *Carta de la Mujer* para conmemorar el 15º aniversario de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing y el 30º aniversario de la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer. La Unión Europea renovó su compromiso con la igualdad entre sexos e insiste en la necesidad de incorporar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en todas sus políticas (Comunicación de la Comisión de 5 de marzo de 2010 titulada «Un compromiso reforzado en favor de la igualdad entre mujeres y hombres. Una Carta de la Mujer», 2010).
- En 2011, el Consejo de la Unión Europea adoptó un segundo Pacto Europeo por la Igualdad de Género (2011-2020) en el que reafirmó su compromiso de cumplir los objetivos de la Unión Europea en materia de igualdad de trabajo y de oportunidades entre hombres y mujeres (Conclusiones del Consejo de 7 de marzo de 2011 sobre Pacto Europeo por la Igualdad de Género (2011-2020), 2011).
- El Reglamento (UE) n° 1303/2013, de 17 de diciembre de 2013, por el que se establecen disposiciones comunes relativas a los Fondos de la Unión Europea, señala en su artículo 7 que los Estados miembros velarán porque se tengan en cuenta y se promuevan la igualdad entre hombres y mujeres y la integración de la perspectiva de género a lo largo de la preparación y la ejecución de los programas. Así mismo, el Reglamento (UE) n° 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo

Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y por el que se deroga el Reglamento (CE) n° 1698/2005 del Consejo, en el que se destaca el abordaje de las necesidades específicas de las mujeres en las zonas rurales.

- La Estrategia para la Igualdad de género 2020-2025, continuación del Compromiso estratégico de la Comisión Europea para la igualdad de género 2016-2019, en la que la Comisión Europea se compromete a promover la igualdad de género en todas sus políticas. Su objetivo principal es crear una unión en la que las mujeres, los hombres, los niños, en toda su diversidad, dispongan de libertad para seguir el camino que elijan en la vida, gocen de las mismas oportunidades para prosperar y puedan conformar y dirigir por igual la sociedad europea en la que vivimos (Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Unión de la igualdad: Estrategia para la Igualdad de Género 2020-2025, 2020)

A nivel nacional:

- La Constitución Española de 1978, en su artículo 14 establece que “la población española es igual ante la ley sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.
- La creación del Instituto de la mujer por la Ley 16/1983, de 24 de octubre, de creación del Organismo Autónomo Instituto de la Mujer, cuya finalidad principal es la promoción y el fomento de las condiciones que posibilitan la igualdad social de ambos sexos y la participación de la mujer en la vida política, cultural, económica y social, así como la prevención y eliminación de toda clase de discriminación de las personas.
- La Ley 39/1999, de 5 de noviembre, para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras, donde se hace referencia que la incorporación de la mujer al trabajo hace necesario modificar un sistema que contemple las nuevas relaciones sociales surgidas y un nuevo modo de cooperación y compromiso entre mujeres y hombres que permita la distribución equilibrada de responsabilidades en la vida profesional y personal.
- La Ley 30/2003, de 13 de octubre, sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género en las disposiciones normativas que elabore el Gobierno, cuyo fin es seguir el compromiso de la Unión Europea de integrar la perspectiva de género en el conjunto de políticas comunitarias.

- La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, resalta la necesidad de prevenir conductas discriminatorias y la previsión de políticas activas para hacer efectivo el principio de igualdad.
- La Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, establece que las medidas establecidas para alcanzar el desarrollo rural sostenible deberán respetar el principio de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en el medio rural, al tiempo que señala que podrán contemplarse medidas de acción positiva en favor de las mujeres en el medio rural, encaminadas a superar y evitar situaciones de discriminación de sexo. Además, en su artículo 22, se hace especial referencia al emprendimiento con el fin de impulsar la creación y el mantenimiento del empleo en el medio rural, en especial para mujeres y jóvenes.
- La Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias posibilita la administración, representación y responsabilidad sobre la explotación compartida de los dos miembros de esta, el reparto de rendimientos al 50% y la consideración de ambas personas titulares como beneficiarias de las ayudas y subvenciones de las que sea objeto la explotación.
- El Real Decreto 40/2017, de 27 de enero, por el que se crea el Comisionado del Gobierno frente al Reto Demográfico y se regula su régimen de funcionamiento. El Comisionado del Gobierno frente al Reto Demográfico es un órgano unipersonal del Gobierno de España encargado de la elaboración y el desarrollo de una Estrategia nacional frente al reto demográfico.
- El Plan para la Promoción de las Mujeres del Medio Rural (2015-2018). Este plan se centró en empoderar a las mujeres rurales a través de programas de formación, capacitación y acceso a los recursos, con el objetivo de mejorar su calidad de vida y participación en la sociedad. También se promovieron políticas de igualdad de género y desarrollo sostenible en las zonas rurales.
- El III Plan Estratégico para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres 2022-2025, que incluye medidas para alcanzar el objetivo de igualdad entre mujeres y hombres y eliminar la discriminación por razón de sexo.
- El Plan Estratégico de la Política Agrícola Común 2023-2027, en el cual no se mencionan cuestiones directamente relacionadas con la mujer.

A nivel autonómico:

- La Ley Orgánica 4/1983, de 25 de febrero, de Estatuto de Autonomía de Castilla-León,

- La Ley 1/2003, de 3 de marzo, de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Castilla y León, regula el marco de actuación adecuado a promover la igualdad de la mujer y se constituye como una norma que contempla de forma integral los aspectos de promoción de la igualdad y asistencia a la mujer.
- La Ley Orgánica 14/2007, de 30 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, en su artículo 70.1.11º establece como competencia exclusiva de la Comunidad Autónoma la promoción de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.
- La Ley 1/2011, de 1 de marzo, de evaluación del impacto de género en Castilla y León que regula la incorporación de la evaluación del impacto de género en el procedimiento de elaboración de las nombradas disposiciones normativas y planes económicos y sociales.
- El Acuerdo 35/2013, de 16 de mayo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan Autonómico para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres y contra la Violencia de Género en Castilla y León, cuyo objetivo es eliminar la discriminación hacia las mujeres en cualquiera de los ámbitos de su vida.
- El Acuerdo 44/2010, de 14 de mayo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba la Agenda para la Población de Castilla y León 2010-2020, dirigida a la consecución de objetivos demográficos. Debido a que no se han logrado alcanzar los objetivos propuestos en la Agenda 2010-2020, la Junta de Castilla y León está considerando la posibilidad de implementar una futura Estrategia de Dinamización Demográfica 2021-2027, la cual todavía no está vigente (El Norte de Castilla, 2021).
- La Ley 1/2014, de 19 de marzo, Agraria de Castilla y León, en su capítulo II trata la igualdad, reconocimiento y promoción de la participación de la mujer en el sector agrario y agroindustrial y en la actividad económica de las zonas rurales. Los artículos 10 y 11 están dirigidos a la participación de la mujer en el marco de las explotaciones agrarias y a la incorporación de las mujeres al empleo y el autoempleo en el medio rural y en el sector agroindustrial.
- El Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2014-2020, aprobado por la Comisión Europea en 2015, que trata aspectos sobre las mujeres del medio rural, la perspectiva de género y la visualización de la mujer.
- El Plan Estratégico para la Igualdad de Género 2022-2025 de la Junta de Castilla y León, el cual apuesta por la inserción laboral de la mujer.

3 Situación de la mujer rural en Castilla y León

La mujer desempeña un papel fundamental en el desarrollo de las comunidades rurales de Castilla y León. En este apartado, se analiza el contexto demográfico de la mujer en la región, los desafíos que enfrenta, así como las iniciativas y programas que se implementan para mejorar su situación actual.

3.1 Contexto demográfico de la mujer en la región

El contexto demográfico de la mujer en Castilla y León ofrece un panorama interesante. Según los datos disponibles en el Instituto Nacional de Estadística (INE) y en el Plan Estadístico de Castilla y León 2022-2025, la población de la región está compuesta por una mayoría de mujeres. Sin embargo, en las zonas rurales, las estadísticas muestran una baja proporción de mujeres con respecto a los hombres. Esta disminución puede ser debido a la migración de las mujeres hacia las ciudades en busca de oportunidades laborales y educativas. La provincia de Soria, seguida de Segovia y Ávila, presenta una menor cantidad de mujeres en comparación con otras provincias, siendo este dato más acentuado en las poblaciones con menos de 5.000 habitantes (Junta de Castilla y León, 2021b) (véase Tabla 4).

La menor cantidad de mujeres en el medio rural puede deberse a factores como la migración interna, la situación laboral y la disponibilidad de recursos básicos. Esta constante migración de las mujeres a las ciudades es muy importante si consideramos el efecto que esto genera: las pérdidas de nacimientos futuros que agravan el problema de la despoblación y del envejecimiento del medio rural (Rey et al., 2009). Es por ello que las mujeres son agentes clave para conseguir los cambios económicos, ambientales y sociales necesarios para el desarrollo rural (Rico, 2007).

Si tenemos en cuenta la demografía de la mujer en el contexto económico, es importante destacar que, en las poblaciones más rurales, las actividades que pertenecen al sector agrario se masculinizan y se feminizan los sectores de la industria y los servicios, resultando que la división del mercado de trabajo sea muy poco homogénea. Esto puede demostrarse en la propia realidad ya que en la mayoría de las poblaciones rurales hay una gran cantidad de ocupaciones en las que la mujer no participa, como es, por ejemplo, la construcción; otros han sido abandonados con el tiempo, como ha sucedido con el sector agrario; en otros se ha integrado con cierta suspicacia, como es el sector industrial, y en otros como el sector servicios, no han tenido ningún problema de incorporación (Moreno Mínguez, 2003).

Tabla 4. Población por sexo, tamaño y provincia de Castilla y León. Datos tomados del Plan de Estadística de Castilla y León y del INE (2021)

Sexo	Tamaño de municipio	Provincia									
		Ávila	Burgos	León	Palencia	Salamanca	Segovia	Soria	Valladolid	Zamora	CyL
Hombres	0-4.999 habitantes	39.772	55.348	83.828	29.832	56.300	38.057	20.888	51.044	42.946	418.015
	5.000-20.000 habitantes	12.182	6.177	36.036	12.657	37.707	15.134	5.292	30.766	12.626	168.577
	> 20.000 habitantes	27.608	116.395	99.668	36.352	64.867	23.880	18.740	171.033	27.979	586.522
	Total	79.562	177.920	219.532	78.841	158.874	77.071	44.920	252.843	83.551	1.173.114
Mujeres	0-4.999 habitantes	36.105	45.745	78.250	26.835	50.727	34.418	17.719	46.385	39.427	375.611
	5.000-20.000 habitantes	12.413	6.122	37.634	12.709	39.335	14.796	5.153	29.771	13.429	171.362
	> 20.000 habitantes	30.341	126.268	116.290	40.738	78.402	27.378	20.955	190.362	32.318	663.052
	Total	78.859	178.135	232.174	80.282	168.464	76.592	43.827	266.518	85.174	1.210.025
Total	0-4.999 habitantes	75.877	101.093	162.078	56.667	107.027	72.475	38.607	97.429	82.373	793.626
	5.000-20.000 habitantes	24.595	12.299	73.670	25.366	77.042	29.930	10.445	60.537	26.055	339.939
	> 20.000 habitantes	57.949	242.663	215.958	77.090	143.269	51.258	39.695	361.395	60.297	1.249.574
	Total	158.421	356.055	451.706	159.123	327.338	153.663	88.747	519.361	168.725	2.383.139

Esta tendencia hacia la feminización en las sociedades rurales encuentra ciertas limitaciones debido, entre otros aspectos, a la emigración selectiva según el género, comentada anteriormente. Es por ello por lo que la masculinización de la población rural está aún más acentuada en la Comunidad de Castilla y León que en muchas poblaciones del resto de España, algo que se demuestra en Tabla 5.

En este sentido La Encuesta de Población Activa (EPA en adelante) que, año tras año recoge datos de las actividades económicas del país, demostró en el segundo trimestre de 2022 que un 24,8% de mujeres están ocupada en el sector de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, frente a un 75,2% de hombres (Junta de Castilla y León, 2023a).

Tabla 5 Porcentaje de personas ocupadas en actividades del primer sector por sexo y grupo de edad en Castilla y León en el 2020

	De 16 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 54 años	De 55 o más años	Total
Hombres	0,9	2,3	32,4	16,2	51,8
Mujeres	0,3	0,7	7,0	5,9	13,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2020a

3.2 Desafíos que enfrentan las mujeres rurales en Castilla y León

Las mujeres que viven en el medio rural de Castilla y León enfrentan una serie de desafíos que afectan a sus oportunidades de desarrollo y calidad de vida.

A continuación, se destacan dos de los principales desafíos que han sido identificados en el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) elaborado en el Programa de Desarrollo Rural 2014-2020 de Castilla y León (Junta de Castilla y León, 2020) (véase Tabla 6).

- Masculinización del sector agrario. El sector agrario de Castilla y León ha sido históricamente dominado por hombres. La masculinización de este sector implica que durante años las mujeres hayan encontrado obstáculos para ser titular de una propiedad, acceder a tierras, recursos y oportunidades de empleo visible en el ámbito agrícola. Estas barreras incluyen estereotipos de género arraigado, desigualdades en el acceso a la formación agrícola y limitaciones en la participación en organizaciones y decisiones relacionadas con la agricultura, las cuales persisten en la actualidad.
- Elevada emigración a municipios urbanos. Otro desafío importante es la elevada emigración de las mujeres hacia la ciudad en busca de mejores y más diversos servicios y

oportunidades laborales. Sin embargo, las que persisten en el medio rural enfrentan una serie de desafíos, entre los que se pueden enumerar: 1) menor acceso a la información y formación; 2) falta de infraestructura en las áreas rurales; 3) carga de trabajo muy pesada debido a la necesidad de realizar múltiples tareas, como cuidar a la familia, trabajar en el campo, tareas domésticas, etc.; 4) exclusión económica debida al menor acceso a oportunidades de empleo y a recursos financieros; y 5) vulnerabilidad a los impactos del cambio climático debido a su dependencia de los recursos naturales y su papel en la producción de alimentos (López, 2023).

Tabla 6 Necesidades detectadas en el DAFO elaborado en el Programa de Desarrollo Rural 2014-2020 de Castilla y León

Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Masculinización del sector agrario
Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Elevada emigración a municipios urbanos
Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la tasa de actividad de las mujeres en Castilla y León
Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor población residente en zonas rurales que en el conjunto de España • Menor tasa de paro, mayor porcentaje de población asalariada y alta predisposición al autoempleo en el medio rural • Elevada contribución a la producción tanto agraria como agroalimentaria

Fuente: Junta de Castilla y León, 2020

En cambio, se revela una evolución positiva en datos como la tasa de actividad femenina agraria. Encontramos un incremento de la tasa de actividad de las mujeres en Castilla y León, mayor peso de la población residente en zonas rurales (24,4%) que en el conjunto de España (7,3%), menor tasa de paro, mayor porcentaje de población asalariada y una alta predisposición al autoempleo en el medio rural y una elevada contribución a la producción tanto agraria como agroalimentaria (Junta de Castilla y León, 2020).

4 La empleabilidad de la mujer en el medio rural

En el medio rural, la empleabilidad de las mujeres presenta una serie de desafíos y obstáculos, sin embargo, también existen oportunidades significativas y un creciente impulso hacia el emprendimiento femenino. En este apartado se presentan los desafíos que enfrentan las mujeres

rurales en la búsqueda de empleo, así como las oportunidades emergentes y el papel del emprendimiento femenino en el desarrollo económico de estas comunidades.

4.1 Desafíos y obstáculos en el acceso al empleo de la mujer rural

Las mujeres que viven en zonas rurales a menudo enfrentan mayores dificultades para acceder a oportunidades de empleo y desarrollo profesional que las que residen en zonas urbanas. Enfrentan una doble discriminación debido a su género y a su lugar de residencia (De Pablo Valenciano et al., 2021). Algunos de los principales retos que enfrentan en cuanto a la empleabilidad son:

- Desigualdades de género: algunos aspectos como la brecha salarial o la discriminación en el lugar de trabajo puede dificultar el acceso a las oportunidades de empleo y limitar la capacidad para que las mujeres progresen en su carrera profesional.
- Falta de oportunidades de empleo: las opciones laborales en el medio rural son más limitadas que en las zonas urbanas y a menudo no se corresponden con las habilidades y competencias de las mujeres, lo que puede resultar en una falta de empleo y en una mayor dificultad para lograr la independencia económica.
- Dificultad de acceso a la educación y la formación: puede limitar sus oportunidades de desarrollo profesional y hacer que sea más difícil para ellas competir en el mercado laboral.
- Barreras geográficas: las zonas rurales pueden estar alejadas de los centros urbanos y los principales nodos económicos. Esto puede dificultar el acceso a las oportunidades de empleo y limitar la capacidad de las mujeres para viajar y trabajar fuera de su lugar de residencia.

Por todos estos aspectos, es fundamental trabajar en la identificación de medidas que puedan promover la igualdad de oportunidades para las mujeres rurales y fomentar su acceso a empleos adecuados a sus características y necesidades. Cada vez son más necesarias las medidas para abordar la discriminación y promover la igualdad de oportunidades para las mujeres rurales. Los temas como el empoderamiento de la mujer, la igualdad de género, la conciliación de la vida laboral y familiar se están incorporando cada vez más en las políticas públicas, para apoyar y mejorar las condiciones de vida de las mujeres que viven en las áreas rurales (De Pablo Valenciano et al., 2021)

La información sobre el índice de empleabilidad de la mujer rural en España es limitada. Un artículo titulado *Mujer, Medio Rural y Emprendimiento* publicado en la Revista Procedia Economía y Finanzas por Alonso & Trillo (2014) analiza el aumento del empleo rural en España del 23,3% al 26,1%. Sin embargo, no hay información sobre cómo este aumento ha afectado específicamente a las mujeres rurales. Otro informe realizado por Quintanilla Barba (2011) para la Asamblea

Parlamentaria del Consejo de Europa afirma que no se ha medido la situación laboral de las mujeres rurales en Europa, pero las investigaciones realizadas muestran que un porcentaje más alto de mujeres que de hombres están empleadas en la agricultura y otras actividades rurales. Otro estudio titulado *Perfil multivariante de las mujeres que trabajan en el medio rural en España* realizado por Patino-Alonso et al. (2016), menciona que la mayoría de las mujeres que trabajan en el medio rural son españolas, casadas, de entre 30 y 55 años y tienen trabajos irregulares. De Pablo Valenciano et al. (2021) en su artículo *Desarrollo rural desde una perspectiva de género: el caso de las mujeres agricultoras en el sur de España*, mencionan que, a lo largo de la historia, el empleo femenino se ha caracterizado por una baja presencia en la cadena productiva y unas condiciones restrictivas, aunque su papel en el sector agrícola ha aumentado en los últimos años.

4.1.1 Oportunidades de empleo para las mujeres rurales

En el anterior apartado hemos visto que las mujeres rurales pueden enfrentar desafíos que limitan su acceso a un empleo decente, así como para competir en un mercado laboral cada vez más digitalizado (Omunur, 2023). Afortunadamente, en los últimos años, se han identificado diversas oportunidades de empleo que buscan empoderar y mejorar las condiciones laborales de las mujeres en el área rural.

En este sentido, en este apartado nos centraremos en destacar algunas de estas oportunidades, basándonos en estudios que han explorado, el sector agrícola y ganadero, el turismo rural, los servicios de cuidado y asistencia y el emprendimiento como áreas en las que las mujeres que viven en el medio rural pueden encontrar un empleo decente y contribuir al desarrollo de sus comunidades. A continuación, incidimos en cada uno de ellos:

- Sector agrícola y ganadero: un gran número de mujeres trabajan en la agricultura y la ganadería de subsistencia, como trabajadoras remuneradas o no remuneradas en negocios familiares. Según un estudio de la FAO, las mujeres las mujeres tienen una participación muy significativa en estos sectores y en la cadena de valor de los alimentos (Ballara & Parada, 2009)
- Asistencia y cuidado de personas dependientes: el envejecimiento incidente de la población rural y la necesidad de cuidado de personas dependientes implica la existencia de nuevas oportunidades de empleo para las mujeres rurales en sectores como los servicios de atención domiciliar y la asistencia social (Martín Gómez & Rivera Navarro, 2018). El perfil de mujer que se dedica a esta actividad oscila entre 45 y 54 años, siendo este el principal perfil del cuidador de personas dependientes en España (Ayuda en acción, 2021)

- Turismo rural: el turismo en el medio rural ofrece oportunidades de empleo en actividades como la gastronomía, la artesanía, el alojamiento rural y otras actividades de ocio al aire libre. El estudio de Patiño (2013) destaca que el turismo rural puede ser una fuente importante de ingresos para las mujeres rurales, al tiempo que promueve la conservación y el desarrollo del patrimonio rural. Además, el turismo rural puede desempeñar un papel importante en la transformación económica del medio rural, disminuyendo su dependencia de sectores económicos tradicionales como la agricultura o la ganadería (Flores & Barros, 2011). Además, a través del turismo, las mujeres pueden encontrar oportunidades para desarrollar sus competencias emprendedoras, promoviendo sus productos y servicios locales. Según el Observatorio de Turismo Rural, las mujeres gestionan el 58% de los alojamientos rurales en España, lo que las convierte en un colectivo importante en el sector (Puértolas, 2020).
- Emprendimiento: el emprendimiento puede ser una opción para las mujeres rurales que viven en zonas rurales. La incorporación femenina a este tipo de emprendimientos constituye un camino hacia la autonomía económica de las mujeres rurales (Chong-González, 2016) Millán-Vázquez de la Torre et al., 2017). Además, las emprendedoras desempeñan un papel fundamental en el desarrollo, no solo económico, sino también social y cultural de las zonas rurales (Pérez Cabrera et al., 2017). Según el artículo de Ahmetaj et al. (2023), el emprendimiento de las mujeres en el medio rural impulsa la diversificación económica, brinda empoderamiento económico, y por tanto, mejora su calidad de vida.

Es importante señalar que en otro capítulo se abordará con mayor detalle el tema del emprendimiento femenino en áreas rurales. En dicho capítulo se explorarán los enfoques teóricos relativos a este fenómeno y la actividad emprendedora de la mujer a nivel europeo, nacional y regional. Además, se profundizará en diversos aspectos relacionados con el emprendimiento de la mujer, como las barreras que enfrentan, sus motivaciones para emprender, los tipos de negocios en los que suelen emprender o las necesidades que presentan.

4.1.2 El papel de la mujer en el sector vitivinícola

El papel de la mujer en el sector vitivinícola ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas. Tradicionalmente, este sector ha estado dominado por hombres, mientras que las mujeres tenían roles más limitados y relegados a actividades secundarias. Por lo tanto, la presencia de las mujeres en el sector vitivinícola no es nada nuevo, pues han estado involucradas en una

variedad de actividades relacionadas con la producción y recolección de la uva durante décadas. (De la Vega, 2009).

Las mujeres han desempeñado una serie de tareas esenciales en el sector vitivinícola a lo largo de los años, aunque no siempre han ocupado posiciones de liderazgo o han tenido la titularidad de las explotaciones. Ellas aportan rasgos innovadores de ingenio e intuición que enriquecen la industria del vino, desde la producción hasta el consumo. Sus labores incluyen la vendimia, la poda, el cuidado de la vid, la elaboración del vino y la gestión de las bodegas, así como la promoción y venta de vino (Dulcos, 2021).

A pesar de su contribución significativa, las estadísticas muestran que todavía queda un largo camino por recorrer en términos de igualdad en el mundo del vino. Según un artículo de El Español (2022), solo una de cada cinco mujeres es titular de una explotación vitivinícola en la región, lo que resalta una clara disparidad en las posiciones de liderazgo y propiedad.

En el contexto de Castilla y León, aunque no existen datos específicos sobre la situación laboral de las mujeres en el sector vitivinícola, se dispone de información que indica que este sector genera el 3,8% del empleo, con un total de 33.130 trabajadores, donde casi el 44% corresponde a mujeres (Agronews Castilla y León, 2022). Esto subraya la relevante contribución de las mujeres al tejido laboral del sector, pero al mismo tiempo señala la necesidad de fomentar su participación en roles de toma de decisiones y titularidad. Apoyando esta idea encontramos estudios que abordan la situación laboral y demográfica de las mujeres en el medio rural de la región (Gómez García & Rico González, 2005; Moreno Mínguez, 2003). Estos trabajos indican que las mujeres han realizado y siguen realizando en muchos casos un trabajo oculto no reconocido social ni económicamente. Por lo tanto, se puede inferir que la situación laboral de las mujeres en el sector vitivinícola de Castilla y León puede estar influenciada por la situación de las mujeres en el medio rural en general.

5 Perfiles de la mujer rural

Las mujeres rurales siempre han sido esenciales para el crecimiento y mantenimiento de las comunidades rurales. Sin embargo, su papel ha cambiado y evolucionado con el tiempo y es fundamental examinar los perfiles de mujeres rurales en sus formas tradicionales y actuales para comprender los cambios que han experimentado

Tradicionalmente, las mujeres eran las encargadas de todo lo referente a la vivienda, a la familia y a otras tareas realizadas tanto en explotaciones agrícolas como en cualquier otro tipo de empleo, ya fuera familiar o no (Sabaté Martínez, 1992). Su actividad profesional no estaba reconocida, ya

que “ayudaban” en las labores agrícolas y este concepto de “ayuda” no implicaba una contrapartida monetaria, incluyendo una cierta relación de dependencia (Gómez García & Rico González, 2005).

En el perfil de la mujer rural tradicional, encontramos una mujer muy arraigada al trabajo agrícola y al mantenimiento del hogar. Estas mujeres han contribuido significativamente a la producción de alimentos, cultivando y cuidando el ganado. Al trabajar en el sector primario, han sido las responsables de asegurar la supervivencia de sus familias y comunidades. Además, han asumido funciones relacionadas con el mantenimiento del hogar, el cuidado de los hijos y la conservación de las tradiciones y valores culturales (Cruz Souza, 2006). Estas mujeres, a pesar de asumir una doble función, a menudo han enfrentado desafíos en términos de reconocimiento y empoderamiento, no siendo valoradas por su trabajo (Millán-Vázquez de la Torre et al., 2017)

Las mujeres rurales han tenido dificultades para encontrar un empleo fuera de la agricultura, así como tener acceso a la educación formal. Durante años se han encontrado con prejuicios basados en su género, desigualdades en el acceso a recursos y restricciones en su capacidad para participar en la toma de decisiones locales (T. López, 2017). Este perfil de mujer coincide con aquellas que buscan una nueva identidad rural y se involucran en asociaciones femeninas para lograrlo (Espinosa et al., 2013).

Sin embargo, a medida que transcurrieron los años esta situación fue cambiando, por las transformaciones del sector agrícola que produjeron una importante expulsión de mano de obra y que motivaron el éxodo rural hacia las ciudades, en busca de nuevas posibilidades de empleo. En un primer momento, las mujeres acompañaron a sus maridos en esta salida del medio rural, pero pronto fueron ellas mismas las que tomaban la decisión de marchar debido a las pocas posibilidades de empleo para ellas (Gómez García & Rico González, 2005).

Actualmente se observa cambio significativo en los roles y oportunidades que están disponibles para ellas. El medio rural y dichas oportunidades de desarrollo de la mujer han cambiado como resultado de la modernización, los avances tecnológicos y la globalización (Pérez Pérez, 2018), y han surgido nuevas oportunidades educativas, que han permitido que las mujeres puedan formarse y adquirir habilidades profesionales en diferentes campos (Castillo et al., 2020).

Asimismo, cada vez más mujeres rurales están participando en la política y en la toma de decisiones de la comunidad. Mediante la formación de grupos de mujeres y asociaciones han logrado adquirir poder para enfrentar las desigualdades que sufren (Espinosa et al., 2013; T. López, 2017).

Díaz Méndez (2011), en su trabajo sobre mujer joven y rural, hace un estudio de los factores que influyen a la hora de trazar sus perfiles. Tras analizar el proceso evolutivo y las características

de la mujer tradicional, frente a la mujer rural, el autor observa cinco perfiles diferentes (véase Tabla 7), y de cada uno de estos perfiles se pueden entrever las fortalezas y debilidades de lo que significa ser mujer en este medio. Por un lado, las fortalezas están marcadas por la seña de identidad con el origen familiar, frente al desapego que significa emigrar a otras poblaciones; y, por otro lado, las debilidades están vinculadas a las incertidumbres que generan el futuro económico de la región o la localidad donde viven, así como a las oportunidades de empleabilidad.

Tabla 7. Relación de perfiles de la mujer rural actual

Perfil 1	Mujeres que mantienen fuertes lazos territoriales. Sus vidas giran en torno a los niños y la familia. Los roles tradicionales son aceptados y desarrollados en defensa y justificación de las desigualdades Priorizan la maternidad y el matrimonio y acceden a un empleo si la familia no se ve perjudicada.	Fortalezas: Fuerte vínculo que le identifica con su población de origen.
		Debilidades: Acceso a empleos precarios que impiden tener una identidad laboral.
Perfil 2	Mujeres que mantienen la relación entre trabajo, pueblo y familia. Tienen una alta valoración del medio rural y participan en su mejora, por lo que se vinculan con la familia de origen en el pueblo. Priorizan el empleo, propio o por cuenta ajena, pero son conscientes de las dependencias económicas y espaciales asociadas al trabajo. Tienen la esperanza de combinar trabajo, familia y territorio.	Fortalezas: No se niega a cambiar de territorio
		Debilidades: La incertidumbre acerca del futuro del pueblo les afecta de manera directa a su propio Futuro.
Perfil 3	Mujeres con una visión negativa de vivir en el pueblo. Idealizan la vida y las oportunidades en la ciudad, pero tienen dificultades de movilidad. Suelen ser mujeres inseguras con ingresos limitados. Tienen deseos de independencia espacial, tienen la sensación de mantener una vida que no desean, pero no se liberan de la dependencia de la familia ni de la residencia en el pueblo.	Fortalezas: Deseos de vivir de manera autónoma
		Debilidades: Percepción de vivir en una situación no deseada que propicia la idealización de la vida fuera de la familia y del pueblo.
Perfil 4	Mujeres que viven en el pueblo y valoran la vida rural, pero se trasladan permanentemente a las ciudades cercanas por trabajo, ocio o servicios.	Fortalezas: Exigencias de servicios que incentivan cambios favorables en los poblados.
		Debilidades: Escaso vínculo con el pueblo y nula visión comunitaria con lo rural.
Perfil 5	Mujeres dedicadas a diversas actividades rurales que, viviendo en la ciudad, deciden trasladarse al medio rural a emprender un proyecto. Este es un ejemplo de mujeres vinculadas al mundo del vino, veterinarias, ingenieras, etc.	Fortalezas: Resiliencia al cambiar de territorio
		Debilidades: Distribución del tiempo repartido entre el medio rural y la ciudad

Fuente: Elaboración propia a partir de Díaz Méndez, 2011

Podemos considerar que la situación de las mujeres difiere mucho del perfil tradicional en algunos aspectos, pero no en otros. Aunque desde hace años se esté trabajando en la incorporación al mercado laboral de este colectivo, el medio rural todavía continúa sujeto a una sociedad tradicional. La mujer sigue enfrentándose a la invisibilidad de su labor y a la falta de reconocimiento social y laboral (Blanco Abramo, 2017).

6 Síntesis del capítulo

El concepto de mujer rural es multifacético y no existe una única definición, ya que cada mujer rural es única en sí misma. Para definir a la mujer rural, diversos autores consideran varias dimensiones clave: su estilo de vida y ubicación geográfica en entornos rurales, su participación en actividades agrícolas, su papel relevante en la comunidad y la familia, así como los desafíos y las desigualdades de género que enfrentan. A pesar de la evolución en la sociedad, todavía persisten algunas similitudes entre la mujer tradicional y actual.

En el contexto de Castilla y León, se observa una marcada masculinización del medio rural, resultado de la migración de las mujeres hacia las ciudades en busca de mejores servicios y oportunidades laborales más diversas. Para abordar esta situación, se han implementado diversas iniciativas y programas, así como se han creado organizaciones de mujeres para, entre otros aspectos, mejorar la empleabilidad de las mujeres rurales y brindarles oportunidades económicas.

A lo largo del capítulo se han destacado algunas oportunidades de empleo para las mujeres de la región, y especialmente en el sector vitivinícola, resaltando su papel en todas las tareas del proceso de producción de vino.

CAPÍTULO 4

El emprendimiento

En los capítulos previos, se ha dedicado toda la atención al análisis del medio rural y a la situación de las mujeres que viven en este entorno. En este capítulo nos adentraremos en otra de las temáticas centrales del estudio: el emprendimiento. En particular, se explorará el origen de este concepto, los enfoques teóricos relacionados con la figura de la persona emprendedora y de las mujeres en Europa, en España y en Castilla y León.

En la última sección del capítulo dedicada al emprendimiento de las mujeres rurales, se resaltan los elementos fundamentales que guardan una estrecha relación con los objetivos de la investigación. Entre estos aspectos se incluyen la caracterización de los perfiles de mujeres emprendedoras en el medio rural, la identificación de los factores sociales que influyen en sus decisiones empresariales, así como la detección de las principales barreras y obstáculos que enfrentan para emprender en el contexto rural. Estos elementos son esenciales para alcanzar una

comprensión profunda y holística del emprendimiento femenino en áreas rurales y cumplir con los objetivos de nuestra investigación.

1 Etimología y origen del término emprendimiento

Desde el punto de vista etimológico, la palabra emprendimiento proviene del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo para tomar decisiones o iniciar algo (Rodríguez Díaz & Urbiola Solís, 2019) y deriva del vocablo latino *in prendere* que significa “acometer” e “intentar” (Veschi, 2023). Se empieza a utilizar a principios del siglo XVI para llamar emprendedor a “toda persona que, como Cristóbal Colón, se arrojaba a la aventura de viajar al nuevo mundo, sin ninguna certeza de lo que su viaje le deparaba, e incluso sin saber si lograrían volver”. Posteriormente, en el siglo XVIII, se amplió su significado a los arquitectos, constructores de puentes y contratistas de rutas (Miraño Casáu, 2020).

La palabra en inglés *entrepreneurship* se origina de unir la terminación *ship* que indica un aspecto genérico del término a la palabra *entrepreneur*. Por lo tanto, es posible aceptar que la traducción de *entrepreneur* es la de empresario y, *entrepreneurship* se relaciona con el mismo, es decir, sus acciones, características y la creación de empresas (Veciana Vergés, 1999) .

Richard Cantillón (1680-1743) introduce por primera vez el concepto de *entrepreneur* en su obra *Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General*, escrita en 1730 y publicado en 1755. En ella se refería al emprendedor como un tomador de riesgos. Esta interpretación del emprendimiento como una forma de actuar y asumir riesgos también fue concebida por otras personas de la época. Aleán Pico et al. (2017) señalan que Jacques Turgot (1727-1781), ministro de finanzas durante el reinado de Luis XVI, afirmaba que el emprendedor era el resultado de una decisión de inversión capitalista y que los riesgos que asumía el emprendedor eran por lo general respaldados por su propia porción de capital.

En España fue definida por primera vez en el primer diccionario monolingüe titulado *Tesoro de la lengua castellana o española*, donde Sebastián Covarrubias Orozco (1611) define el verbo “emprender” como “determinarse a tratar algún negocio arduo y dificultoso. Se le pone aquel intento en la cabeza y procura ejecutarlo” (p. 345). Este mismo concepto se mantiene en el Diccionario de las Autoridades de la Real Academia Española (1726-1739), donde se define “emprender” como “determinarse a tratar y hacer alguna cosa ardua y dificultosa: “como una facción militar, una conquista, etc. El que resuelve ejecutar algún negocio y empresa de consecuencia, antecedentemente la considera y dispone, para lograr su intento”; y emprendedor como “la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua” (Real Academia Española, 1732)

A partir de los dos primeros aportes por parte de Cantillon y Turgot se abren nuevas oportunidades para explicar el emprendimiento desde otras dimensiones. En esta nueva búsqueda de integración del concepto destaca la aportación de Jean Baptiste Say (1767-1832), quien define al emprendedor como un “individuo líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos y con habilidades para movilizar recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Es alguien que innova y es agente de cambio” (Menudo et al., 2005).

Posteriormente, Stuart Mill (1848) consideró que la persona emprendedora tenía unas funciones que lo diferenciaban del gerente y estas eran la dirección, el control, la supervisión y la toma de riesgos. Enfatizaba por la importancia del emprendedor para el crecimiento económico y expresó que su desarrollo requiere de estas habilidades no comunes (Aleán Pico et al., 2017) .

Por su parte, Alfred Marshall (1890) definió el emprendimiento como el factor de producción coordinador, el cual atrae y agrupa a los otros factores: tierra, trabajo y capital. Marshall señalaba que los emprendedores son líderes por naturaleza y enfatizaba en la disponibilidad a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la falta de información completa a la hora de emprender. Al igual que Mill, aseguraba que los emprendedores poseen determinadas habilidades especiales y reconoció que estas pueden ser aprendidas y adquiridas (Rivera Kempis, 2011).

En 1911, siguiendo la línea de Cantillon y Say, Joseph Schumpeter definió el emprendimiento como la realización de nuevas combinaciones generadas por los empresarios, que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen (Rivera Kempis, 2011). Para el economista, el emprendimiento es el motor que impulsa a la innovación y promueve el desarrollo económico y el emprendedor es una persona dinámica y fuera de lo común que tiene como principales características la iniciativa, la visión e imaginación y, adicionalmente, el liderazgo que le conduce a innovar en la economía. Según él, el emprendimiento se llevaba a cabo mediante tareas como las siguientes: 1) la introducción de un producto nuevo o uno ya conocido con una calidad distinta; 2) la introducción de un nuevo método de producción o de comercialización de un producto; y 3) la apertura de nuevos mercados (Schumpeter, 1935).

Frank Knight (1921) manifestó que un aspecto fundamental del emprendimiento es enfrentar a la incertidumbre. Para él los riesgos no significaban nada si la incertidumbre podía ser asegurada y los emprendedores tenían las funciones de dirigir y de controlar. Knight contribuyó con dos grandes aportaciones al pensamiento emprendedor: por un lado, hizo una distinción entre los rasgos asegurables y la incertidumbre no asegurable y, por otro, propuso una teoría de las

ganancias que relacionaba la incertidumbre con el cambio económico y con las diferencias de la habilidad empresarial.

Para David McClelland (1961) en toda acción humana está presente un elemento emprendedor que, aunque es fundamental para la actividad económica, no se puede analizar en términos económicos. Él explica el emprendimiento desde la acción humana individual, la cual lo define como el elemento o núcleo del impulso y perspicacia que lleva a conseguir los recursos y los medios que se requieren para alcanzar unos objetivos planteados (De Haro García, 2004).

Para Hoz Rosales (2019) el emprendimiento “es una actividad humana que tender un funcionamiento refinado, es decir, el que se elige sobre un conjunto de posibilidades, productivo, innovador, con la capacidad de detectar oportunidades y, de acceder a las libertades que facilitan el logro de ese ser y hacer, para que la persona que lo realiza pueda llevar la vida que realmente desea y contribuir al bienestar de la sociedad”.

2 Enfoques teóricos acerca del emprendedor

Ahora bien, existen varios enfoques teóricos acerca del emprendimiento que han sido objeto de estudio durante las últimas décadas. Teran-Yepez & Guerrero-Mora (2020) realizan una revisión de las teorías de emprendimiento según las corrientes principales y destacan diferentes enfoques desde los puntos de vista económico, psicológico, sociológico y de gestión empresarial.

2.1 Enfoque económico

Las teorías sobre emprendimiento desde un punto de vista económico exploran los factores que mejoran el comportamiento emprendedor, intentando encontrar una explicación al vínculo entre el espíritu emprendedor y las ganancias de la empresa (Teran-Yepez & Guerrero-Mora, 2020). Este enfoque considera a los emprendedores como motor de crecimiento económico que propician el cambio y la competencia que se refleja en el desarrollo de una sociedad (Aleán Pico et al., 2017). Según esta corriente se pueden destacar las siguientes teorías:

- La teoría clásica que describía la función directiva del emprendedor en el contexto de la producción y la distribución de bienes en un mercado competitivo, destacando las virtudes del libre comercio, la especialización y la competencia (Ricardo, 1911). Esta teoría recibió ciertas críticas ya que no explicaba la revolución generada por los emprendedores de la era industrial (Murphy et al., 2005)

- La teoría neoclásica que surgió de las críticas realizadas a la teoría clásica y que afirmaba que la importancia del intercambio y la disminución de la utilidad marginal produjeron suficiente impulso para el emprendimiento (Murphy et al., 2005). Esta teoría también recibió algunas críticas, como por ejemplo el desconocimiento de la singularidad del emprendimiento a nivel individual y que la competencia perfecta no permite ni la innovación ni la actividad emprendedora (Kwabena & Simpeh, 2011).
- La teoría de Schumpeter de la innovación que surgió de las críticas hechas a la teoría neoclásica. Schumpeter (1935) señaló que el emprendedor no nace, sino que surge cuando una persona siente el deseo de hacer algo nuevo e innovar y para que esto ocurra se debe dar un cambio conductual que requiere intuición, ser capaz de cambiar los propios paradigmas, voluntad y acción para afrontar las críticas de la sociedad. Así:

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”. (Schumpeter, 1935, p.15)
- La teoría del beneficio de Knight, quien distinguió entre incertidumbre y riesgo y relacionar estos conceptos con el beneficio y la iniciativa empresarial. Knight creía que las ganancias eran recompensa por soportar la incertidumbre y no por asumir riesgos (Tarapuez Chamorro et al., 2008).
- La teoría de Papanek, quien indica que cuando ciertas condiciones económicas son favorables, el emprendimiento y el crecimiento económica toman lugar. Según estos investigadores, las ganancias económicas se consideran una condición suficiente para crear iniciativas emprendedoras en la economía (Papanek, 1962).
- La teoría de la Eficiencia-X de Leibenstein, quien introdujo en 1966 el concepto de eficiencia-X, concibiéndola como el grado de ineficiencia que surge en el mercado como consecuencia de los contratos que regulan las relaciones empresariales, sobre todo porque no especifican bien las tareas que cada uno debe realizar. También señala la presión psicológica a la que se ven sometidos los trabajadores y el peso de los hábitos y rutinas como fuentes de ineficiencia. Leibenstein (1966) considera el emprendimiento como una

respuesta creativa a la Eficiencia-X y, por consiguiente, una amenaza competitiva para las organizaciones ineficientes.

- La teoría de ajuste de Kirzner, quien propone que el aspecto más importante de un emprendedor es estar alerta ante la información para descubrir oportunidades de ganancias. Estas oportunidades de ganancias ocurren cuando el mercado no está equilibrado y los emprendedores descubren y actúan sobre estas oportunidades para equilibrar el mercado (Kirzner, 1973)
- La teoría de Mark Casson quien, en 1995, desarrolló una teoría económica del espíritu empresarial siguiendo los modelos neoclásicos. Según esta teoría, los empresarios de éxito demuestran tener la capacidad para realizar innovaciones arriesgadas y son recompensados mediante un salario, dependiendo de si actúan como propietarios o como gestores de una empresa. Así mismo plantea que para convertirse en un emprendedor exitoso hay que poseer ciertas cualidades innatas, como por ejemplo la imaginación (Cherukara & Manalel, 2011).
- La teoría de Harvard School para quienes, y según su Escuela de Negocios, el emprendimiento es el resultado de una combinación de fuerzas internas y externas. Por un lado, las fuerzas internas se refieren a las cualidades de un individuo tales como la inteligencia, la capacidad, el conocimiento, la intuición, etc. Por otro lado, las fuerzas externas se refieren a los factores económicos, políticos, sociales y culturales que influyen en el origen y el desarrollo del emprendimiento (Mohanty, 2009)

2.2 Enfoque psicológico

Este enfoque considera que el conocimiento le proporciona al individuo aumento en sus capacidades cognitivas, permitiéndole potenciar las actividades que desarrolla. Se enmarca teniendo en cuenta las capacidades que un individuo tiene para emprender (Aleán Pico et al., 2017)

- La teoría de los rasgos de personalidad: Coon et al. (2018) definen los rasgos de personalidad como las cualidades que una persona muestra en la mayoría de las situaciones. Para los teóricos que estudian el emprendimiento desde el punto de vista psicológico, existen cualidades innatas perdurables o potenciales del individuo que naturalmente lo hacen un emprendedor. Los emprendedores demuestran un alto nivel de creatividad e innovación y muestran un alto nivel de habilidades de gestión y conocimiento empresarial. También se ha descubierto que son optimistas, resilientes, muestran un alto compromiso

y perseverancia, son trabajadores y prosperan en el deseo competitivo de sobresalir (Kwabena & Simpeh, 2011).

- La teoría del Aprendizaje Social, concretamente y según la Teoría del Aprendizaje Social de Rotter (1966), la conducta humana se desarrolla con una continua interacción entre los determinantes cognitivos, conductuales y ambientales. Por tanto, la percepción de control que una persona tiene sobre los eventos que ocurren a su alrededor son importantes para el curso de su vida. Rotter se refiere al lugar de control como una convicción de que nuestras acciones dependen de lo que hacemos (orientación de control interno) o de circunstancias fuera de nuestro control (orientación de control externo). Un emprendedor exitoso es una persona que tiene un alto locus de control interno, es una persona que asume la responsabilidad de su éxito y fracaso (Cromie, 2000).
- La teoría de la necesidad de logro, desarrollada por McClelland (1973) explica que los seres humanos tienen necesidad de tener éxito. Del mismo modo, para Shaver & Scott (1992), la necesidad de logro puede ser el único factor concluyente en el emprendimiento.
- La teoría del ingenio personal, según la cual, el ingenio personal es un factor crítico para el desarrollo de la iniciativa emprendedora. Por un lado, la teoría presupone que las actividades realizadas que requieren un comportamiento cognitivo mediado como emociones, sentimientos y pensamientos, está sombreado por el riesgo y las motivaciones. Por otro lado, esta teoría indica que los diferentes aspectos de la psicología como la predisposición humana, la construcción de la organización, la voluntad de poder, etc., influyen en el espíritu emprendedor (Mohanty, 2009).

2.3 Enfoque sociológico

Las teorías desde un punto de vista sociológico se centran en el contexto social, cultural y religioso, ya que tradicionalmente tienen en cuenta el origen, desarrollo, costumbres y creencias de la sociedad (Mohanty, 2009; Teran-Yopez & Guerrero-Mora, 2020).

- La teoría de las creencias religiosas: Max Weber (1947) señaló que el impacto de la religión da forma a la cultura emprendedora. Esta teoría sugiere las siguientes indicaciones: 1) el capitalismo guía al emprendedor a comprometerse en actividades que pueden generar ganancias, 2) la actitud protestante puede ser causada por la ética que le es propia independientemente de su personalidad, la cultura o las experiencias y 3) el mecanismo de los emprendedores para obtener ganancias es el principio de los bajos precios y grandes volúmenes.

- La teoría de la oferta emprendedora: Thomas Cochran (1964) destaca que los elementos clave que determinan a los emprendedores son los valores culturales, las expectativas de roles y las divisiones sociales. Para Mohanty (2009) esta teoría tiene cinco principios básicos: 1) el emprendedor es un modelo a seguir de la sociedad que representa la personalidad modal; 2) la personalidad modal deriva del condicionamiento social; 3) las expectativas influyen en el rol emprendedor; 4) la naturaleza del emprendedor está condicionada por su crianza y su escolarización; y 5) la dinámica de los emprendedores impulsa los principales cambios de la sociedad.
- La teoría del cambio social que revela un modelo de la sociedad que considera la interrelación entre el entorno físico, la cultura y la personalidad. El emprendedor se considera una persona creativa dedicada a solucionar problemas generando un desarrollo económico que se mezcla con cambios políticos y sociales. Se pueden destacar hasta cuatro tipos de personalidad diferentes en la sociedad: 1) retratador: una persona que constantemente hace su trabajo en la sociedad pero permanece indiferente a su propia posición; 2) reformista: una persona que se pronuncia e intenta establecer un nuevo orden en la sociedad; 3) ritualista: alguien que adopta una personalidad defensiva; y 4) innovador: una persona creativa que convierte todas las probabilidades en oportunidades y probablemente se convierta en un emprendedor (Hagen, 1962; Hamilton & Harper, 1994).
- La teoría del patrón de nivel de grupo para quienes el espíritu emprendedor de una persona es el resultado de sus antecedentes familiares, experiencias, su pertenencia como miembro del grupo, así como un reflejo de los valores de la sociedad (Mohanty, 2009).
- La teoría de Hoselitz (1963) quien considera que debe asociarse el cambio económico con la transformación de los modos de comportamiento social. En sus obras explica que el emprendimiento se rige por factores culturales, siendo los grupos culturalmente minoritarios el ingenio del desarrollo económico-emprendedor. Según el economista, los hombres marginales son la fuente del desarrollo emprendedor y estos deben ser líderes y poseer habilidades gerenciales
- La teoría de Stoke, para quien el espíritu emprendedor se desarrolla en ciertos contextos en los que están presentes las normas sociales, las prácticas culturales y la actividad económica. Según este autor, los requisitos previos para que una acción individual se convierta en un emprendimiento industrial incluyen la presencia de unas características psicológicas concretas, así como el aprovechamiento de las oportunidades personales y sociales (Mohanty, 2009)

- La teoría Antropológica que indica que los contextos sociales y culturales han de ser examinados y considerados cuando alguien emprende (Barraca Mairal, 2015). Da énfasis al modelo de emprendimiento cultural señalando que las prácticas culturales conducen a actitudes emprendedoras como la innovación que a su vez conduce al comportamiento emprendedor (Baskerville, 2003) .

2.4 Enfoque empresarial

Las teorías del emprendimiento desde el punto de vista de la gestión empresarial identifican a la explotación de oportunidades y de recursos como los detonadores del fenómeno emprendedor (Kwabena & Simpeh, 2011).

- La teoría basada en oportunidades que expone que los emprendedores no causan cambios (como manifestaba Schumpeter) sino que explotan las oportunidades que crean (Drucker, 1985). Siguiendo la misma línea, para Stevenson & Harmeling (1990) el principal fundamento del emprendimiento es la búsqueda de oportunidades y no tanto el control de los recursos.
- La teoría basada en los recursos que señala que un importante factor que influye en el emprendimiento basado en oportunidades es el acceso que los emprendedores tengan a los recursos financieros, sociales y humanos (Alvarez & Busenitz, 2001). De esta manera, el acceso a los recursos mejora la capacidad de las personas para identificar y actuar ante las oportunidades (Agudelo & Saavedra, 2016).
- La teoría del capital social que indica que las relaciones sociales son recursos que pueden guiar en el desarrollo de la persona emprendedora (Membiola-Pollán, 2016). Según Eckhardt & Shane (2003) citado en Teran-Yepey & Guerrero-Mora (2020), “un individuo puede tener la capacidad de reconocer que existe una oportunidad emprendedora dada, pero puede carecer de las conexiones sociales para transformar la oportunidad en una empresa nueva. Se cree que el acceso a una red social más grande podría ayudar a superar este problema” (p. 9). Tener una gran red de contactos facilita la adquisición de recursos y aumenta la probabilidad

2.5 Enfoque de las capacidades humanas

Desde la perspectiva del paradigma del desarrollo humano, se propone un nuevo enfoque basado en la mejora de las capacidades humanas. Se trata de un marco teórico que se utiliza para analizar la relación bidireccional entre el emprendimiento y el desarrollo humano (Hoz Rosales, 2019).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) resalta la importancia del apoyo a las actividades de emprendimiento como mecanismo para que las personas mejoren sus condiciones de vida y consigan hacer y ser lo que realmente desean (Conceição, 2022). En este sentido, el enfoque de las capacidades humanas se centra en las capacidades y habilidades que poseen las personas para emprender y cómo estas capacidades pueden contribuir al desarrollo humano (Hoz Rosales, 2019). Además, se enfoca en la calidad de vida que las personas realmente pueden lograr y se analiza en términos de los conceptos centrales de “funcionamientos” y “capacidad” (CMI, 2020). Por su parte, Lee (2019) apunta que el emprendimiento corresponde, en muchos casos, a aquellas competencias apropiadas y útiles que las personas tienen para desarrollar determinadas acciones diarias.

Sin embargo, se evidencia la carencia de estudios que aporten la comprensión sobre cómo y a través de qué factores se puede fomentar el emprendimiento, como actividad que favorece a la calidad de vida de las personas. De acuerdo con esto, Hoz Rosales (2019) realizó una investigación cuyo objetivo fue aportar nueva información sobre los factores que inciden en el emprendimiento desde la perspectiva del desarrollo humano tomando como referencia teórica el enfoque de las capacidades humanas. Los resultados que obtuvo indicaban que la variación en las tasas de emprendimiento depende del acceso que las personas puedan tener al mismo, lo que permite incentivar el surgimiento de emprendedores innovadores y disminuir las tasas de emprendimiento por necesidad.

3 El emprendimiento femenino en Europa y en España

A nivel mundial, las mujeres representan aproximadamente una de cada tres personas emprendedoras (Elam, 2022). En Europa, según el 2º Monitor de Startups Europeo, solo el 14,8% de las personas emprendedoras son mujeres. El Global Entrepreneurship Monitor de 2019 muestra que Europa tuvo la participación femenina más baja en la actividad emprendedora inicial con referencia a años anteriores (Angelovska, 2019; Bosma et al., 2020). Durante el periodo de pandemia, los porcentajes de mujeres emprendedoras aumentaron del 2,9% al 3,6%, en contraste con los de los hombres (3,5% a 4,4%). Las mujeres en los países de ingresos medios-altos mostraron el mayor impacto con un aumento de emprendimientos del 74% de 2019 a 2021, en comparación con el 34% de los hombres (Elam, 2022).

Los porcentajes de mujeres emprendedoras en Europa varían significativamente en función del país (véase Gráfico 2). Según los datos del Global Entrepreneurship Monitor (2022), las tasas de emprendimiento femenino de Reino Unido, Rumanía, Eslovenia y España son superiores a las

de los hombres. El porcentaje de mujeres emprendedoras dentro de los estados miembros de la UE muestran grandes diferencias. Los países con mayores tasas de emprendimiento femenino son Grecia (12,4) y Polonia (10,6%) y con las más bajas en Noruega (2,1%) (Elam, 2022).

Gráfico 2. Porcentaje de emprendedores en Europa



Fuente: GEM 2021/22 Women’s Entrepreneurship Report (2022)

Un informe de la OCDE destaca que las mujeres emprendedoras en Europa tienen menos experiencia empresarial previa y menos acceso a financiamiento que los hombres (European Commission & OECD, 2016). Sin embargo, las mujeres emprendedoras también tienen características únicas, como la resiliencia, la pasión y la ambición (World Economic Forum, 2020b).

La UE ha lanzado iniciativas para fomentar el emprendimiento femenino en Europa, incluyendo talleres de aprendizaje entre pares y políticas específicas para abordar las barreras que enfrentan las mujeres emprendedoras (Angelovska, 2019; European Commission & OECD, 2016). Ahora bien, según el Informe Especial Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre emprendimiento femenino, la actividad emprendedora de las mujeres ha aumentado en los últimos años en todo el mundo, incluyendo España, la cual se encuentra entre los seis países del mundo con mayor tasa de emprendimiento femenino (Elam, 2022). A pesar de ello, las mujeres siguen teniendo menor presencia en el proceso emprendedor con relación a los hombres. Desde 2013 la diferencia de género en el emprendimiento ha ido disminuyendo, y en 2019 esa brecha alcanzó su

mínimo, siendo la ratio mujer/hombre de 0,95, próxima al 1. Sin embargo, la pandemia ha impactado en la tasa de emprendimiento de mujeres y hombres, y ellas se han visto más afectadas, lo que se ha manifestado en un aumento de la brecha de género generalmente en la participación femenina en términos relativos a nuevas iniciativas (Observatorio del Emprendimiento de España, 2021).

La situación de la mujer emprendedora en España ha mejorado significativamente en los últimos años, aunque todavía existen desafíos y obstáculos que deben ser abordados. Algunos de los principales aspectos a considerar son los siguientes:

- a) Acceso a la financiación, ya que, a menudo, tienen dificultades para obtener financiación para sus empresas, en comparación con los hombres. Esto puede deberse a una serie de factores, como la falta de experiencia crediticia, el sesgo de género en la toma de decisiones de los inversores, o la falta de acceso a redes de contacto que puedan proporcionarles apoyo financiero.
- b) Acceso a recursos y apoyo, ya que, en ocasiones, tienen menos acceso a recursos de apoyo empresarial, lo que puede limitar sus oportunidades de éxito. Las iniciativas gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro y grupos empresariales han estado trabajando para abordar esta desigualdad, proporcionando recursos y programas de capacitación específicos para ellas.
- c) Dificultades para conciliar la vida laboral y familiar, ya que la carga de las responsabilidades familiares, como el cuidado de los hijos y el trabajo doméstico, puede dificultar que las mujeres emprendan y dirijan un negocio. El gobierno ha tomado medidas para abordar esta desigualdad, como proporcionar permisos de maternidad y paternidad remunerados y fomentar la flexibilidad laboral.
- d) Discriminación y estereotipos de género porque a menudo enfrentan una discriminación por el hecho de serlo, afectando negativamente a su capacidad para obtener financiación y clientes. Las iniciativas que fomentan la igualdad de género y la diversidad en el lugar de trabajo son clave para abordar esta desigualdad.

Las iniciativas gubernamentales, las organizaciones sin fines de lucro y grupos empresariales son imprescindibles para mejorar el acceso a la financiación, a los recursos y al apoyo, y para abordar la discriminación de género y los estereotipos.

Según el Informe GEM Castilla y León 2021-2022, en la última década, la actividad emprendedora femenina se ha duplicado en Castilla y León. Desde una perspectiva de género, las mujeres son más emprendedoras que los hombres (5,6% frente a un 4,4%). El informe GEM

España 2021-2022 destaca que la mayoría de las emprendedoras en la región son jóvenes de entre 25 y 34 años, y que la mayoría de sus emprendimientos se concentran en el sector servicios (Fernández Laviada et al., 2022)

Sus motivaciones se relacionan con querer crear empresas que marquen una diferencia en el mundo mientras que en menor porcentaje es fin es conseguir una renta alta. Por otro lado, y como un fenómeno característico de Castilla y León, entre las empresas ya consolidadas, se observa que los hombres emprenden en mayor medida como forma de continuar una tradición familiar (González Álvarez et al., 2022)

En este mismo informe se señala que en relación con la percepción de oportunidades y conocimientos y habilidades para emprender por parte de la población, las cifras de Castilla y León sitúan a la Comunidad Autónoma en una situación rezagada en la comparativa regional.

Otro aspecto a tener en cuenta son las condiciones del entorno para emprender. En 2021, los requisitos más positivamente valorados por los expertos de la región eran la existencia y el acceso tanto a infraestructuras físicas y de servicios y los programas gubernamentales para el fomento del emprendimiento. En el extremo opuesto, los aspectos menos valorados eran la dinámica del mercado interno y la educación emprendedora en etapas escolares. Si bien es cierto que la valoración media de las condiciones para emprender se sitúa por encima en el ámbito nacional, como excepciones cabe mencionar el apoyo al emprendimiento femenino entre otros aspectos (González Álvarez et al., 2022)

4 El emprendimiento rural

En las zonas rurales, las mujeres emprendedoras desempeñan un papel esencial que a menudo pasa desapercibido. A lo largo de este apartado, nos adentraremos en el mundo de la mujer emprendedora rural, reconociendo su contribución en este contexto.

4.1 Participación de la mujer rural en el proceso emprendedor

En el informe “Emprendedoras Rurales en España: análisis con datos GEM 2021-2022” se utiliza la siguiente terminología para identificar las etapas del proceso emprendedor:

- Emprendimiento potencial: población de 18-64 años que ha expresado su intención de emprender en los próximos tres años.
- Emprendimiento nuevo: población de 18-64 años con empresas de hasta 3,5 años operando en el mercado (empresas nuevas).

- Emprendimiento consolidado: población de 18-64 años con empresas de más de 3,5 años operando en el mercado (empresas consolidadas).
- Abandono: población de 18-64 años que ha abandonado una iniciativa empresarial en el último año. Según este informe, la población rural femenina involucrada en el proceso emprendedor de iniciativas consolidadas y presentan menores tasas de emprendimiento potencial, nuevo y abandono que las mujeres situadas en áreas urbanas (Observatorio del Emprendimiento de España, 2022). Así, el 20% de las mujeres que viven en entornos rurales con edades comprendidas entre 18 y 64 años se encuentran inmersas en alguna de las fases de proceso emprendedor. Este porcentaje supone que para una de cada cinco mujeres el emprendimiento es una buena forma de desarrollar un proyecto profesional con el fin de enraizarse en su territorio.

La actividad emprendedora de las mujeres es diversa y abarca casi todos los sectores (Chong-González, 2016), y los preferidos para la mayoría de las mujeres que emprenden en el medio rural son el sector consumo (53%), el industrial (16%) y las actividades ligadas a la obtención de recursos del medio rural (15%) (Observatorio del Emprendimiento de España, 2022)

Una de las características principales de los negocios rurales es que son de pequeño tamaño y más de la mitad no tiene ningún empleado. Además, las empresas creadas por mujeres en el entorno rural son empresas familiares. El porcentaje de este tipo de negocios alcanza el 91%. Asimismo, una gran mayoría de las emprendedoras rurales comienza su andadura empresarial con otras mujeres. En concreto, el 62% de ellas asegura que entre el 70% y el 100% de su negocio pertenece a otras mujeres (Observatorio del Emprendimiento de España, 2022)

4.2 Perfiles de las mujeres rurales emprendedoras

En el capítulo 3 se elaboraron los perfiles identificados en relación con la mujer rural; ahora bien, en este punto, se avanza en la configuración de dichos perfiles desde una perspectiva emprendedora.

Según el Informe “Emprendedoras Rurales en España: análisis con datos GEM 2021-2022”, el perfil de la mujer emprendedora en el mundo rural tiene entre 35 y 44 años, con estudios universitarios o de formación profesional y con experiencia laboral previa (Observatorio del Emprendimiento de España, 2022). Analizando las distintas motivaciones de las mujeres para emprender, Facundo Vericat (2011) identifica los siguientes perfiles de mujer emprendedora:

- Mujeres que emprenden como alternativa al desempleo o a la falta de oportunidades laborales.

- Mujeres que están claramente orientadas al éxito.
- Mujeres que, por su fuerte orientación al logro profesional, deciden establecerse por su cuenta.
- Mujeres que emprenden como forma dual de vida, ya que su experiencia laboral previa les ha impedido conciliar personal, familiar y profesionalmente.
- Mujeres que, después de haber abandonado el trabajo para cuidar a la familia, quieren establecerse por su cuenta, porque lo necesitan económicamente o porque lo desean personalmente.
- Mujeres que nacen emprendedoras, por lo que siguen la tradición familiar empresarial.
- Mujeres que emprenden atendiendo a valores totalmente alejados de la cultura tradicional de los negocios, construyendo iniciativas emprendedoras que, en muchas ocasiones, promueven valores de alteridad económica en la sociedad.

4.3 Motivaciones de las mujeres para emprender

La tasa de mujeres que emprenden por necesidad es un 20% superior a la de los hombres. Sin embargo, en países con altos niveles de educación y economías innovadoras, casi el 80% de las mujeres emprenden por oportunidad. En España, la proporción de mujeres que deciden emprender por necesidad se ha mantenido estable en los últimos años (25,1%), por lo que más del 70% inician un negocio motivadas por las oportunidades del mercado (Fernández Laviada et al., 2022). En palabras de Sabater Fernández (2018):

“la mujer elige y organiza su aventura empresarial como un proyecto vital movido por su vocación y sus aspiraciones. Si bien es cierto que existe la presión de obtener una estabilidad económica o buscar una alternativa laboral al desempleo, predomina la elección por la oportunidad que representa la realización profesional y la gestión de la vida personal proyectada, en muchas ocasiones, por el mantenimiento económico y la conciliación con la vida familiar” (p. 74).

El informe GEM España 2021-2022 analiza las motivaciones que llevan a las personas a emprender y se destaca que muchas de las mujeres emprendedoras están motivadas por el deseo de hacer un mundo mejor. Alrededor de un 20% expresan que su motivación ha sido la continuación de las tradiciones familiares y que esta manera de emprender también muestra cambios generacionales. Sin embargo, la motivación para ganarse la vida es la razón que han considerado un mayor número de mujeres (Fernández Laviada et al., 2022).

Según Mira Solves et al. (2021), el motivo fundamental para poner en marcha un negocio propio en el ámbito rural es claramente generar su propia alternativa laboral para no tener que

abandonar su entorno vital. Esta carencia de opciones profesionales está acompañada de motivos relacionados con mantener el negocio familiar y con una especial sensibilidad con el desarrollo del medio en el que viven. Por su parte, Montalvao et al. (2017) señala que es la perseverancia, la fuerza de voluntad, la pasión y el optimismo lo que mueve a las mujeres que emprenden en el medio rural.

4.4 Mujeres emprendedoras y cargas familiares

Fernando Trías de Bes (2012) en su *Libro Negro del Emprendedor* expone que uno de los motivos más lamentables para emprender que se dan con mayor frecuencia es la búsqueda de un equilibrio entre la vida personal y la profesional. Con esto también está de acuerdo Facundo Vericat (2011) en su *Libro Rojo de las Mujeres Emprendedoras* donde apunta que decidir emprender para poder compaginar mejor la vida personal puede ser confuso, ya que la realidad te lleva a dedicar mucho tiempo y esfuerzo si quieres lograr que la iniciativa se sostenga y se consolide. Por ello, apunta “si decides emprender para conciliar deber ser muy consciente del peso de los roles de género en tu decisión y, por tanto, de cuál va a ser el equilibrio necesario entre las distintas responsabilidades, hasta dónde quieres llegar con tu iniciativa emprendedora, hasta cuándo se va a poder mantener ese equilibrio y ello de qué depende”.

Una interesante tesis doctoral sobre la influencia del género y el entorno familiar en el éxito y el fracaso de las iniciativas emprendedoras demostró que la presencia de menores dependientes tiene un efecto mayor en el caso de las mujeres emprendedoras que en el de los hombres (Justo, 2008). En especial, durante las fases iniciales del proceso emprendedor, tanto hombres como mujeres tienen a preocuparse por los asuntos familiares y sus repercusiones en el desarrollo de sus empresas, pero las preocupaciones son distintas: mientras que las mujeres refuerzan su autoconcepto relacionado con el cuidado familiar, los hombres emprendedores refuerzan su papel de sustentadores económicos de la familia, por lo que se favorece el desapego hacia las tareas de cuidado de hijos y mayores. Esta diferente forma de relacionar la familia con la iniciativa emprendedora se debe fundamentalmente a los estereotipos de género. Es decir, a las diferentes expectativas que la sociedad tiene con respecto a una persona emprendedora, en función de si es mujer u hombre, haciendo que su rol tradicional dentro de la familia tenga protagonismo y esté por encima de sus responsabilidades empresariales (Facundo Vericat, 2011).

4.5 Tipos de negocios de la mujer emprendedora en el medio rural

El tipo de negocios que se establecen en el medio rural varía de una región a otra, ya que está determinado por el entorno, la cultura y las costumbres. En el entorno rural, emprender puede ser un desafío, pero según Sánchez (2018) existen oportunidades, tales como:

- a) Prestación de servicios a personas dependientes.
- b) Actividades de agricultura ecológica, cultivos innovadores, apicultura y métodos de ganadería alternativos.
- c) Transformación de productos alimentarios.
- d) Recuperación de actividades artesanales tradicionales
- e) Trabajos forestales, como la explotación de maderas, la extracción de resinas, la recolección y la conservación de productos silvestres comestibles, la poda o la limpieza de terrenos.
- f) Desarrollo del turismo rural, como el alquiler de casas para turismo, fincas para eventos, el ecoturismo o la gastronomía local.
- g) Servicios de asesoramiento y gestión especializada en normativas y empresas agrícolas.
- h) Actividades vinculadas a las nuevas tecnologías, como la reparación de smartphones y ordenadores.
- i) Emprendimientos enfocados a satisfacer las necesidades comerciales con fuertes aumentos estacionales de población

4.6 Principales obstáculos que enfrentan las mujeres rurales para emprender

Las mujeres rurales enfrentan diversas barreras que dificultan su éxito emprendedor. Según un informe de la Organización Internacional del Trabajo titulado “¿Un negocio de mujeres rurales es un buen negocio?”, las mujeres rurales siempre se han centrado en actividades de baja productividad y rendimiento y, en algunos casos, sus aportes socioeconómicos y su potencial empresarial siguen en gran medida sin ser reconocidos o explotados (Organización Internacional del Trabajo, 2010). Además, las oportunidades de empleo para las mujeres rurales son más escasas en las zonas rurales, debido al impacto de la socialización de roles y el peso del trabajo doméstico (Chong-González, 2016).

Según Teresa López, presidenta de FADEMUR, las dificultades que encuentran las mujeres a la hora de emprender son las siguientes (CampoCyL, 2022):

- a) Visibilidad: la distancia de las emprendedoras rurales en relación con los grupos de poder y las ciudades, así como la oferta y demanda que en ellos se mueve, perjudica las oportunidades disponibles para las emprendedoras rurales.
- b) Financiación: el sesgo de género que utilizan las entidades de crédito dificulta el acceso a la financiación de las mujeres rurales.
- c) Digitalización: las mujeres rurales sufren una brecha digital que les afecta tanto al equipamiento como a la formación en nuevas tecnologías.
- d) Simplificación de la burocracia: los abundantes, complicados y, ocasionalmente, confrontados trámites burocráticos son uno de los principales obstáculos al emprendimiento rural.
- e) Formación: generalmente, las mujeres que desean emprender en los pueblos encuentran problemas para acceder a formación relacionada con la gestión empresarial, básica para el éxito de sus negocios

En general, se necesita un enfoque integral que aborde estas barreras y desafíos para promover el éxito de las mujeres rurales emprendedoras.

4.7 Necesidades cubiertas de las mujeres rurales emprendedoras

No se puede determinar qué necesidades tienen cubiertas las mujeres que emprenden en el medio rural ya que todos los estudios se enfocan en las necesidades que tienen y las dificultades que enfrentan. Sin embargo, teniendo en cuenta el apartado anterior, se puede concluir que aún hay necesidades que no están cubiertas, como el acceso a recursos financieros, tecnológicos y de capacitación, así como la discriminación de género y la brecha digital (Romans, 2021).

Para identificar las necesidades de las mujeres rurales emprendedoras se considera la pirámide de Maslow o jerarquía de las necesidades humanas, una teoría psicológica desarrollada por Abraham Maslow en su obra *A Theory of Human Motivation* en 1943. Maslow formuló una jerarquía de las necesidades humanas y según la cual los seres humanos satisfacen sus necesidades más básicas y desarrollan otras necesidades y deseos superiores. Es decir, la idea básica de la teoría es que las necesidades superiores ocupan nuestra atención solo cuando se satisfacen las necesidades inferiores de la jerarquía. Según esta teoría, se pueden clasificar las necesidades en las siguientes (Maslow, 1943):

- a) Necesidades básicas o fisiológicas: son las únicas necesidades inherentes a todo ser humano y son básicas para la supervivencia de la persona: respirar, alimentarse, hidratarse, vestirse, etc.

- b) Necesidades de seguridad: son aquellas que buscan crear y mantener el orden y la seguridad en la vida: salud, ingresos, vivienda, etc.
- c) Necesidades sociales: implican el sentimiento de pertenencia a un grupo social determinado: familia, amigos, pareja, compañeros de trabajo, etc.
- d) Necesidades de reconocimiento: estas son necesidades de reconocimiento como la confianza, la independencia personal, la reputación o las metas financieras.
- e) Necesidades de autorrealización: sensación de que se ha logrado el éxito personal. Según Maslow, este nivel solo se puede cumplir si se satisfacen todas las demás necesidades.

5 Síntesis del capítulo

Al comienzo de este capítulo, se han explorado diversos conceptos de emprendimiento y teorías que abordan este tema desde diferentes enfoques, incluyendo el económico, psicológico, sociológico, empresarial y el enfoque de las capacidades humanas, que es el marco que guía este trabajo.

En el contexto de la actividad emprendedora de las mujeres rurales, se destaca que, en Europa, países como Grecia, Polonia y Noruega muestran las tasas más altas de emprendimiento femenino. Sin embargo, en España, se ha observado un impacto negativo de este fenómeno debido a la pandemia, aunque en la región de Castilla y León, las mujeres muestran un mayor interés al emprendimiento que los hombres.

El enfoque central de este capítulo se ha dirigido al emprendimiento femenino en entornos rurales. Se han abordado aspectos como la participación de las mujeres en el emprendimiento rural, sus perfiles, sus motivaciones para emprender, los tipos de negocios que desarrollan, los obstáculos principales que enfrentan y las necesidades que tienen para prosperar en este entorno. Todos estos elementos están estrechamente relacionados con los objetivos del estudio.

Esta síntesis destaca los aspectos clave de este capítulo y proporciona una visión general del marco teórico explorado en el ámbito del emprendimiento, especialmente en lo que respecta a las mujeres emprendedoras y su actividad en contextos rurales. Además, sienta las bases para adentrarnos en el siguiente capítulo, donde se abordará la competencia emprendedora.

CAPÍTULO 5

La competencia emprendedora

Este capítulo aborda un aspecto importante en el contexto del emprendimiento: las competencias y todo lo que su significado engloba. Estas desempeñan un papel crucial en la capacidad de los individuos para emprender, innovar y tener éxito en el mundo empresarial.

Comenzaremos explorando en profundidad el concepto de competencia, desde su origen etimológico hasta los variados enfoques y perspectivas que las organizaciones y académicos han desarrollado a lo largo del tiempo.

Después desglosaremos las características esenciales que definen el término, así como los componentes que conforman este concepto.

A continuación, nos sumergiremos en los diferentes tipos de competencias, identificando cuatro grandes grupos: competencias básicas, competencias clave, competencias técnicas y competencias transversales. Además, exploraremos otras clasificaciones relevantes que demuestran la diversidad y la complejidad de las competencias en diversos contextos.

Finalmente, examinaremos las técnicas de evaluación de competencias más comunes utilizadas en el ámbito educativo y empresarial. Estas técnicas son esenciales para medir y desarrollar las competencias necesarias para el emprendimiento y la empleabilidad.

A medida que avancemos en este capítulo, se construirá una base sólida que nos permitirá abordar con mayor profundidad y conocimiento el marco metodológico de la investigación.

1 Aproximación al concepto de competencia

El concepto de competencia es fundamental en diversos ámbitos, desde la educación hasta el mundo laboral y empresarial. En este apartado, se explora en detalle este concepto, examinando su origen etimológico, los diferentes enfoques y perspectivas que se han desarrollado a lo largo del tiempo, así como las características clave que definen este término.

A través de esta exploración, obtendremos una comprensión más sólida de lo que implica la competencia y cómo se ha desarrollado como un concepto fundamental en la formación y evaluación de habilidades y conocimientos en la sociedad contemporánea.

1.1 Origen etimológico

Etimológicamente y desde una perspectiva histórica, el primer uso del concepto de competencia se encuentra en el diálogo platónico sobre la naturaleza de la amistad, en el que se emplea la palabra *ikanótiis*, cuya raíz es *ikano*, derivado de *iknoumai*, cuyo significado es “llegar” y es traducido como la cualidad de “ser ikanos”, es decir, ser capaz, tener cierta destreza para lograr aquello que se pretende o tener la habilidad de conseguir algo (López Gómez, 2016; Mulder, 2017; Weigel et al., 2007).

En latín, la palabra competencia viene determinada como *competentia*, procedente del verbo competir (*competere*) y está compuesta por:

- El prefijo con-, que actúa como unión o encuentro.
- El verbo *petere*, que indica la iniciativa por alcanzar o dirigirse a algo, sobre la base del indoeuropeo pet- (precipitarse, volar).
- El sufijo -nt- que indica agente.
- El sufijo -ia que indica cualidad

De esta manera, se encuentran dos significados. Por un lado, se plantea un concepto que comparte la idea del verbo competir y el sustantivo competencia entorno a un enfrentamiento con otras personas o con uno mismo. Por otro, se limita a la palabra competencia, describiéndose como la capacidad para ejercer una función (Veschi, 2023)

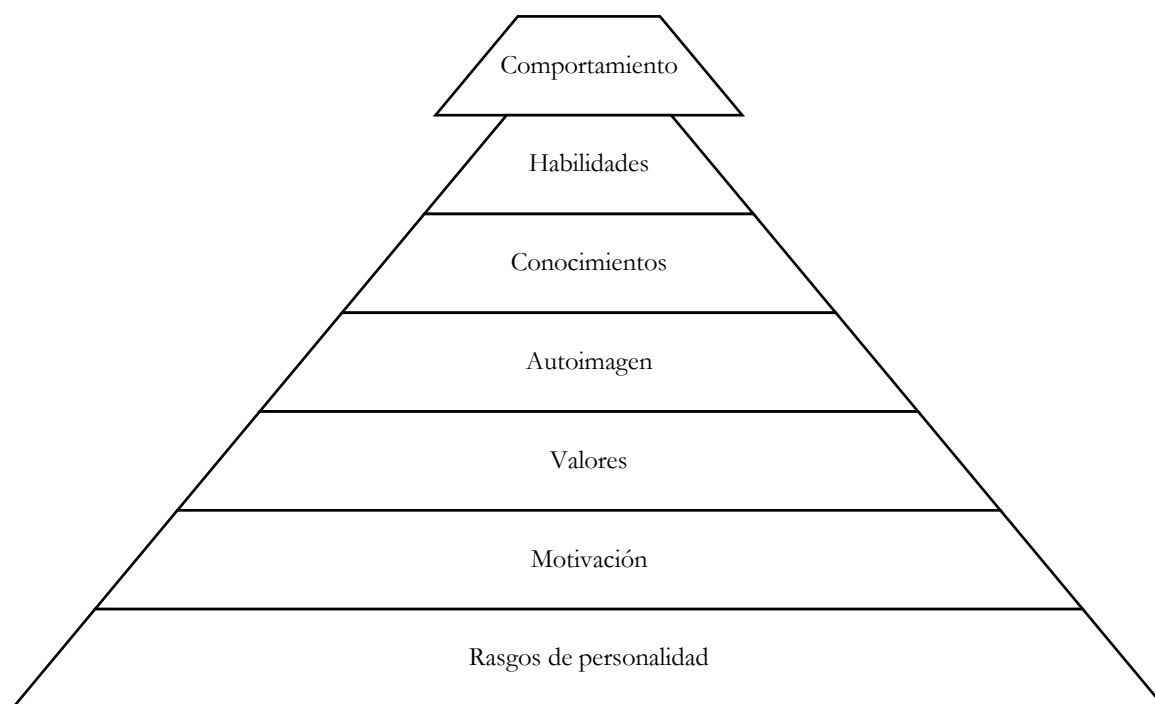
1.2 Enfoques y perspectivas sobre el concepto de competencia

El concepto de competencia y su relación con el mundo del trabajo surge de la necesidad de buscar una mejora del rendimiento de los trabajadores y un aumento de la producción tras la II Guerra

Mundial (Ortiz García et al., 2016). Años después, McClelland (1973) en su artículo titulado *Testing for Competence Rather than for Intelligence* define las competencias como las características subyacentes en una persona que están causalmente relacionadas con los comportamientos y la acción exitosa en su actividad profesional. Para él, las competencias hacen referencia tanto a los conocimientos técnicos y su puesta en práctica, como a las actitudes o rasgos de personalidad necesarios para un adecuado rendimiento. En esta misma línea, en la década de los 80, Boyatzis (1982) distingue entre funciones, tareas y competencias y éstas últimas las define como las características subyacentes que tiene una persona, que están causalmente relacionadas con un desempeño excelente en un puesto de trabajo. Estas características son los rasgos, las destrezas, los motivos, la autoimagen y los conocimientos.

Por su parte, Spencer & Spencer (1993), en su libro *Competence at work: models for superior performance* a través de la imagen de un iceberg, explican que las competencias se consideran un proceso de construcción de características como el autoconcepto, el comportamiento, la motivación, los valores, los motivos y los rasgos personales (véase Figura 15). El modelo explica que las habilidades, el conocimiento y el comportamiento son solo la punta del iceberg (lo que vemos y conocemos de una persona). Las motivaciones, las características personales y los valores se encuentran debajo de la superficie y están influenciadas por factores ambientales individuales que son difíciles de determinar. Estas características son difíciles de observar e identificar y juegan un papel importante en el comportamiento y en las habilidades del individuo.

Figura 15. Modelo Iceberg de las competencias de Spencer & Spencer (1993)



Fuente: Spencer & Spencer (1993)

A finales de 1997, la OCDE inició el Proyecto DeSeCo (Definición y Selección de Competencias) en el que se definían las competencias como “la capacidad de responder a demandas complejas y llevar a cabo tareas diversas de forma adecuada” y se apunta lo siguiente:

“Una Competencia es más que conocimientos y destrezas. Involucra la habilidad de enfrentar demandas complejas, apoyándose y movilizand o recursos psicosociales (incluyendo destrezas y actitudes) en un contexto particular. Por ejemplo, la habilidad de comunicarse efectivamente es una competencia que se puede apoyar en el conocimiento de un individuo del lenguaje, destrezas prácticas en tecnología e información y actitudes con las personas que se comunica.”. (OCDE, 2003, p.3)

Lèvy-Leboyer (1997) indicó que el término competencia tiene un carácter impreciso y variable en función de las personas que lo utilizan, o por los distintos significados que puede tener. Para el autor, una competencia hacía referencia a repertorios de comportamientos eficaces en una situación determinada.

De Haro García (2004) define competencia como un conjunto de comportamientos relacionados entre sí que son los responsables de un resultado excelente en el desempeño de un puesto de trabajo. Para él, los rasgos de personalidad sólo indican el potencial de un sujeto. No tienen existencia propia hasta que no se expresan en forma de comportamiento, por lo que es necesaria una experiencia para que se pueda originar una competencia. Además, una competencia no se puede identificar basándonos en lo que determina su significado. La competencia deriva de la interacción entre la persona y la situación con un enfoque dinámico-evolutivo, en el que la persona se adapta al mismo tiempo que cambia tanto él/ella como su trabajo.

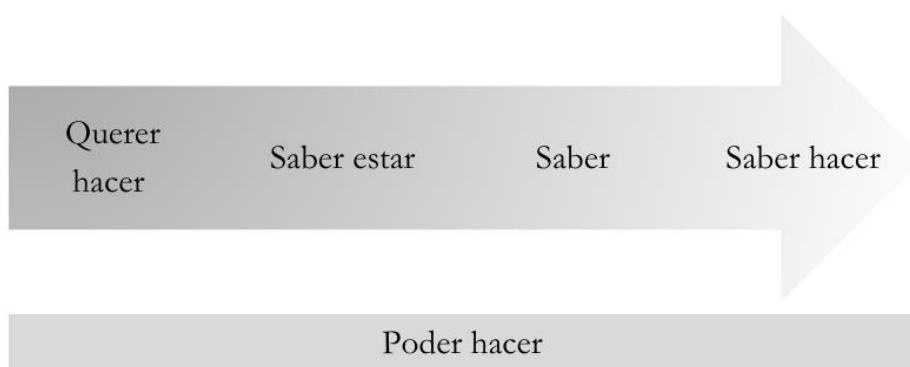
Sevillano García et al. (2009) indican que una competencia es un conjunto de valores, actitudes y motivaciones junto con conocimientos, capacidades, habilidades y destrezas que son inherentes a la persona y que esta aplica en un determinado contexto. Su definición es muy similar a la del resto de autores, sin embargo, presenta un valor añadido y es que las competencias se siguen aprendiendo y activando a lo largo de toda la vida.

Para Pereda Marín et al. (2011) “la competencia es un conjunto de comportamientos observables que están causalmente relacionados con un desempeño bueno o excelente en un trabajo concreto y en una organización concreta”. Esta es una definición similar a las anteriores, no obstante, se resalta y se diferencia significativa al hablar de comportamientos observables, que permiten llevar a cabo con éxito determinadas funciones en un entorno laboral”. Para estos

autores, citados en Ríos Cubas (2008) una competencia se puede desglosar en los siguientes componentes (véase Figura 16):

- Saber: es necesario tener conocimientos para desempeñar una tarea que exige un puesto de trabajo determinado.
- Saber hacer: dichos conocimientos se deben poner en práctica y para ello se requiere tener unas habilidades que permitan demostrar la eficacia en una situación determinada que le permita diferenciarse de manera exitosa de otras personas. Estas habilidades son visibles y entre ellas destacan: habilidades cognitivas, emocionales, sociales, etc.
- Saber estar: en la puesta en práctica, las personas deben adaptar sus comportamientos al contexto que posee su cultura y normas, con unos valores, creencias y actitudes que deben ser coherentes a las mismas.
- Querer hacer: un componente importante y necesario es que la persona esté motivada para poner de manifiesto los comportamientos que poseen las competencias.
- Poder hacer: otro componente a tener en cuenta es disponer con los recursos y medios que requiere la actividad para poner de manifiesto los comportamientos.

Figura 16. Interacción de los componentes de la competencia



Fuente: Ríos Cubas (2008) adaptado del modelo de Pereda y Berrocal

En el contexto del estudio de Othman et al. (2022), las competencias son un conjunto que engloba el conocimiento, las habilidades, las motivaciones, los valores y las características personales predicen el comportamiento en función de su desempeño en la construcción del éxito empresarial.

Por último, y desde una perspectiva diferente, hay autores que consideran necesario que el concepto de competencia:

“[...] debe de trascender en su dimensión puramente funcionalista, ampliando su horizonte de estudio y de investigación más allá de los límites de la formación profesional y del aprendizaje de un trabajo, para considerarlo un aspecto constitutivo del aprender a pensar, de aprender no solo un trabajo específico sino a trabajar, de aprender a vivir, a ser, en el sentido de confluencia entre saberes, comportamientos, habilidades, entre conocer y hacer, que se realiza en la vida de los individuos, en el sentido de saber actuar en los distintos contextos de forma reflexiva y con sentido”. (Alberici & Serreri, 2005, p. 26)

Tabla 8. Definiciones de competencia según algunos autores

Autor	Definición de competencia
McClelland (1973)	Conocimientos técnicos y su puesta en práctica, actitudes y rasgos de personalidad necesarios para un adecuado rendimiento
Boyatzis (1982)	Características subyacentes que tiene una persona, que están causalmente relacionadas con un desempeño excelente en un puesto de trabajo. Estas características son los rasgos, las destrezas, los motivos, la autoimagen y los conocimientos.
Spencer & Spencer (1993)	Proceso de construcción de características como el autoconcepto, el comportamiento, la motivación, los valores, los motivos y los rasgos personales
Lèvy-Leboyer (1997)	Repertorios de comportamientos eficaces en una situación determinada.
De Haro García (2004)	Conjunto de comportamientos relacionados entre sí que son los responsables de un resultado excelente en el desempeño de un puesto de trabajo
Alberici & Serreri (2005)	Aprender a pensar, de aprender no solo un trabajo específico sino a trabajar, de aprender a vivir, a ser, en el sentido de confluencia entre saberes, comportamientos, habilidades, entre conocer y hacer, que se realiza en la vida de los individuos, en el sentido de saber actuar en los distintos contextos de forma reflexiva y con sentido
Sevillano García et al. (2009)	Conjunto de valores, actitudes y motivaciones junto con conocimientos, capacidades, habilidades y destrezas que son inherentes a la persona, que esta aplica en un determinado contexto y que se aprenden a lo largo de toda la vida.
Pereda Marín et al. (2011)	Conjunto de comportamientos observables que están causalmente relacionados con un desempeño bueno o excelente en un trabajo concreto y en una organización concreta. Es la interacción entre el saber, el saber hacer, el saber estar, querer hacer y poder hacer.
Othman et al. (2022)	Conjunto que engloba el conocimiento, las habilidades, las motivaciones, los valores y las características personales que predicen el comportamiento en función de su desempeño en la construcción del éxito empresarial.

Fuente: elaboración propia a partir de la perspectiva de diferentes autores

Del mismo modo que los autores se centran en definir el término competencia, las instituciones u organismos también realizan sus aportaciones en cuanto a la concepción del término y su clasificación. Tal y como se refleja en la Tabla 9 encontramos definiciones del término “competencia” En el Proyecto Tuning financiado por la Comisión Europea en el marco del

Programa Sócrates, el Proyecto DeSeCo de la OCDE, en la Recomendación del Parlamento Europeo sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente o en la Norma ISO 19011.

Tabla 9. Definiciones de competencia según algunas organizaciones e instituciones internacionales

Organización y/o proyecto	Definición de competencia
Proyecto DeSeCo de la OCDE (1997)	Capacidad de responder a demandas complejas y llevar a cabo tareas diversas de forma adecuada
Proyecto Tuning	Combinación dinámica de conocimientos, comprensión, habilidades y capacidades.
Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente	Combinación de conocimientos, capacidades y actitudes adecuadas al contexto.
Norma ISO 9000 (ISO, 2015)	Capacidad para aplicar conocimientos y habilidades con el fin de lograr los resultados previstos.

Fuente: elaboración propia a partir de la perspectiva de las organizaciones

1.3 Las características de una competencia

El libro *The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations* de Seema Sanghi presenta una guía para entender, diseñar e implementar modelos de competencias. Según Sanghi (2016), las características de una competencia son las siguientes:

- 1) Observable: una competencia debe ser observable y medible en términos de comportamiento y acciones concretas.
- 2) Adaptable: las competencias deben ser adaptables para poder responder a los cambios en el entorno laboral.
- 3) Específica: la competencia debe ser específica y estar enfocada en un área o tarea determinada del trabajo.
- 4) Medible: la competencia debe ser medible, lo que significa que debe ser posible evaluar su nivel o grado de dominio.
- 5) Dinámica: las competencias pueden cambiar con el tiempo y pueden requerir actualizaciones para mantener su relevancia.
- 6) Integral: las competencias son un conjunto integral de habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para realizar una tarea con éxito.
- 7) Contextual: la competencia debe ser contemplada en su contexto para poder entender su impacto y valor.

- 8) Motivadora: las competencias pueden ser motivadoras para los empleados, pudiendo mejorar su autoconfianza y autoestima.
- 9) Transferible: las competencias pueden ser transferidas de una tarea a otra o de un puesto de trabajo a otro.

1.4 Los componentes que forman una competencia

El modelo Iceberg de las Competencias, desarrollado por Spencer y Spencer, es una representación útil para entender las complejidades que componen una competencia. En este contexto, Carro (2022) ha adaptado este modelo, introduciendo algunas modificaciones que destacan la naturaleza de cómo una competencia se forma y se manifiesta. A continuación, desglosamos los componentes clave de una competencia según esta adaptación:

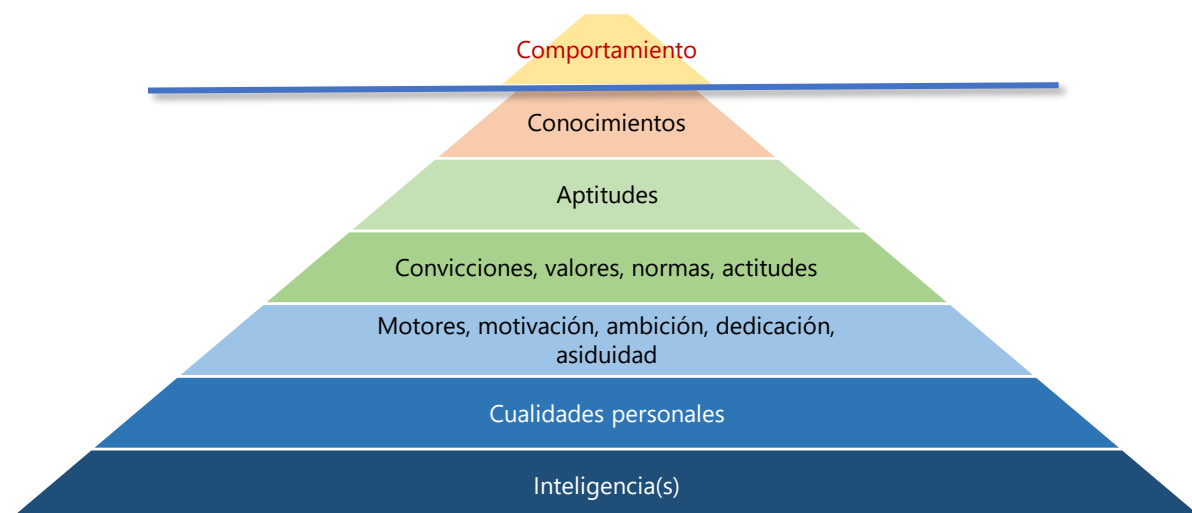
- 1) Inteligencia (s): en la base del iceberg se encuentra la inteligencia, tomando como referencia las ocho inteligencias de Gardner: lingüística, lógico-matemática, espacial, musical, corporal-cinestésica, interpersonal, intrapersonal y naturalista. Estas inteligencias representan la base de las capacidades cognitivas de una persona y su potencial para aprender y desarrollar competencias específicas.
- 2) Rasgos de personalidad: Por encima de la inteligencia, se encuentran los rasgos de personalidad de cada individuo. Estos rasgos influyen en cómo una persona interactúa con el mundo y desempeña sus competencias.
- 3) Motores, motivación, ambición, dedicación y asiduidad: un escalón más arriba, encontramos la motivación, la ambición y la dedicación de una persona en relación con la acción que está realizando. Estos elementos influyen en el grado de esfuerzo y perseverancia que una persona está dispuesta a invertir en el desarrollo y la aplicación de sus competencias.
- 4) Valores, normas, convicciones y actitudes: por encima de la motivación se encuentran los valores, normas, convicciones y actitudes de un individuo. Estos elementos definen las creencias fundamentales de una persona y cómo se comporta ética y moralmente en determinadas situaciones.
- 5) Aptitudes: luego, encontramos las aptitudes, que son las capacidades innatas o habilidades naturales de una persona para realizar tareas específicas. Estas actitudes pueden variar ampliamente y son un componente esencial para el desarrollo de las competencias.
- 6) Conocimientos: más arriba del iceberg se encuentran los conocimientos adquiridos, que representan el conjunto de información, teorías y conceptos que

una persona ha aprendido a lo largo de su vida. Estos conocimientos proporcionan la base teórica para muchas competencias.

- 7) Comportamiento: finalmente, en la parte superior del iceberg, se encuentra el comportamiento observable de una persona. Esto incluye cómo una persona aplica sus conocimientos, aptitudes, valores y motivaciones en situaciones concretas, lo que se manifiesta en su desempeño real.

Este modelo modificado resalta la idea de que una competencia no solo depende de habilidades técnicas o conocimientos, sino que está arraigada en aspectos más profundos de la personalidad y la motivación de cada individuo. Además, subraya que la competencia es más que el comportamiento visible; es un proceso que involucra múltiples capas de influencias y habilidades que interactúan entre sí para lograr resultados efectivos.

Figura 17. Modelo Iceberg de las Competencias



Fuente: Modelo Iceberg de las Competencias (adaptado de Spencer & Spencer, 1993) (Carro, 2022)

2 Tipos de competencias

En el campo de las competencias, numerosos autores han realizado diversas clasificaciones a lo largo del tiempo (Bartram, 2005; Hender, 2017; OECD, 2005; Sanghi, 2016; Spencer & Spencer, 1993). En términos generales, es posible diferenciar cuatro grupos principales de competencias: competencias básicas, competencias técnicas, competencias clave y competencias transversales. Cada uno de estos grupos desempeña un papel fundamental en la formación y el desarrollo de los individuos en su camino hacia el crecimiento profesional y personal. A continuación, se profundiza en la descripción de estos tipos de competencias.

2.1 Competencias básicas

Las competencias básicas se adquieren de forma gradual en los procesos educativos formales o a lo largo de la vida de la persona. Se refieren a las habilidades para la lectura, escritura, comunicación oral, matemáticas y tecnología que permiten a una persona desempeñarse en cualquier actividad productiva (Galdeano Biezobas & Valiente Barderas, 2010).

2.2 Competencias clave

Las competencias clave son aquellas que las personas precisan para su desarrollo personal, así como para ser ciudadanos activos e integrados en la sociedad. Aquellas que permiten a los individuos adaptarse a un entorno laboral cambiante. Son la clave para la flexibilidad profesional o funcional de los trabajadores al posibilitar su movilidad, ya sea dentro de un mismo campo ocupacional o de un campo a otro (Galdeano Biezobas & Valiente Barderas, 2010).

La Unión Europea estableció un marco de referencia educativo con ocho competencias clave. De acuerdo con la «Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006 , sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente», las competencias clave son aquellas que todas las personas precisan para su realización y desarrollo personal, así como para la ciudadanía activa, la inclusión social y el empleo. Este marco de referencia establece ocho competencias clave:

- 1 Comunicación en la lengua materna
- 2 Comunicación en lenguas extranjeras
- 3 Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología
- 4 Competencia digital
- 5 Aprender a aprender
- 6 Competencias sociales y cívicas
- 7 Sentido de la Iniciativa y espíritu de empresa
- 8 Conciencia y expresión cultural

Estas competencias clave han servido como base para el diseño de programas educativos en toda Europa y han impulsado la incorporación de competencias relevantes para la vida y el trabajo en el currículo educativo.

En 2018, este marco de competencias clave se modificó con la Recomendación del Consejo de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente, la cual

continuó destacando la competencia emprendedora como esencial para el aprendizaje permanente y el desarrollo personal y profesional:

- 1 Competencia en lectoescritura
- 2 Competencia multilingüe
- 3 Competencia matemática, ciencia, tecnología e ingeniería
- 4 Competencia digital
- 5 Competencia personal, social y de aprender a aprender
- 6 Competencia ciudadana
- 7 Competencia emprendedora
- 8 Competencia en conciencia y expresión culturales

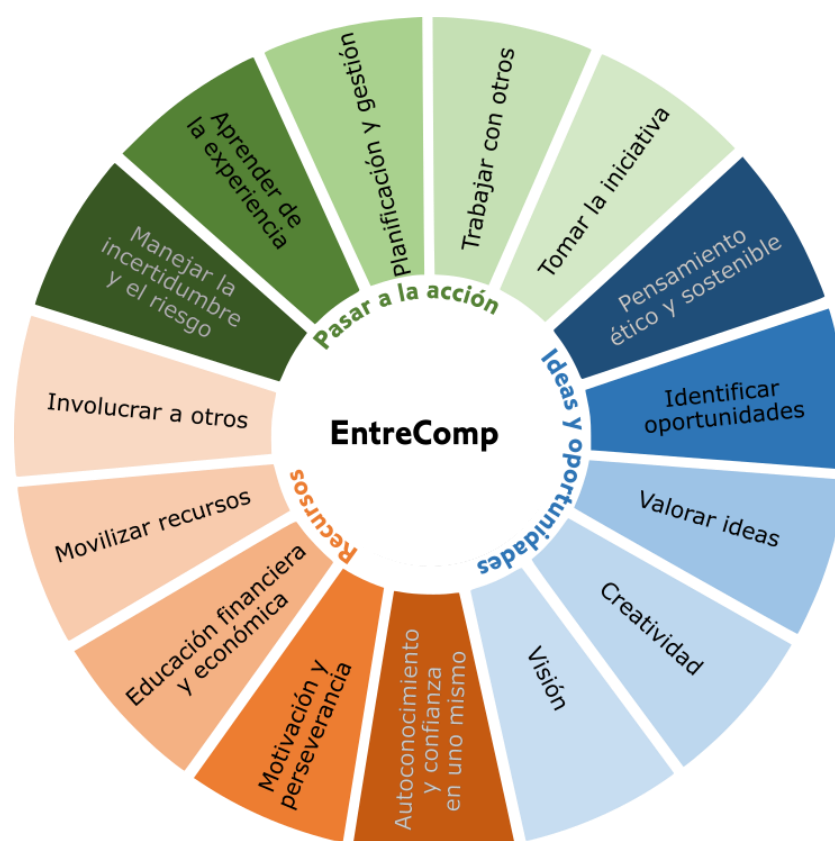
La importancia de que la Unión Europea incluya la competencia emprendedora entre sus competencias radica en esta competencia no solo impulsa el crecimiento económico y la creación de empleo, sino que también fomenta la capacidad de las personas para adaptarse a un entorno laboral en constante cambio. La competencia emprendedora no se limita únicamente a la creación de nuevos negocios, sino que también se aplica en contextos laborales tradicionales, donde la capacidad de asumir riesgos, tomar decisiones y resolver problemas de manera creativa es esencial.

A continuación, se profundizará en el Marco Europeo de la Competencia Emprendedora (EntreComp) propuesto por la Unión Europea y se examinarán algunos estudios relevantes sobre las competencias emprendedoras de las mujeres

2.2.1 EntreComp: Marco Europeo de la Competencia Emprendedora

A finales de 2016, la Comisión Europea propuso una “Nueva agenda de capacidades para Europa: trabajando juntos para mejorar el capital humano, la empleabilidad y la competitividad” en la que se destaca especialmente el espíritu emprendedor. En este marco, nace EntreComp, el Marco Europeo de la Competencia Emprendedora, una herramienta que ofrece, por un lado, una definición consensuada de emprendimiento, y por otro, define tres grandes áreas competenciales que a su vez engloban otras 15 subcompetencias. A su vez, cada subcompetencia se asocia a diferentes resultados de aprendizaje organizados en seis niveles, desde un nivel inicial hasta un nivel experto (véase Figura 18) (Bacigalupo et al., 2016).

Figura 18. Competencias propuestas en el Marco europeo de la competencia emprendedora



Fuente: Bacigalupo et al. (2016)

EntreComp persigue tres grandes objetivos:

- Identificar los componentes comunes de la competencia emprendedora.
- Describirlos para establecer un modelo conceptual común para todos los actores del ámbito de la educación en emprendimiento.
- Desarrollar resultados de aprendizaje para orientar a los ciudadanos acerca de lo que deberían saber, entender y ser capaces de demostrar en los diferentes niveles de adquisición de la competencia emprendedora.

2.2.2 Otros estudios sobre las competencias emprendedoras de las mujeres

No son muchos los estudios que analizan las competencias emprendedoras empleando la perspectiva de género. En la última década destacan cuatro estudios que sí distinguen entre hombres y mujeres a la hora de analizar las competencias en el ámbito del emprendimiento.

- 1) El estudio realizado por la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (2005) sobre las causas de la escasa representación de las mujeres empresarias en determinados sectores y segmentos del tejido empresarial de la Comunidad de Madrid.

En él se concluye que las mujeres emprendedoras presentan las siguientes características: 1) deseo de independencia; 2) gran control interno y asunción de riesgos; 3) carácter positivo y emprendedor; 4) motivaciones personales relacionadas con los conocimientos del sector o conocimiento de este; 5) creatividad, carácter innovador; 6) habilidades en gestión y administración (autoeficacia); y 7) relaciones interpersonales reforzadas, habilidades sociales y proactividad.

- 2) En el informe titulado *Género y Emprendimiento* realizado por Bauer et al. (2011) dentro del marco de la Organización Internacional del Trabajo, se identifican diez características principales de las mujeres emprendedoras: 1) búsqueda de oportunidades; 2) persistencia; 3) compromiso; 4) demanda de calidad y eficiencia; 5) asunción de riesgos; 6) establecimiento de metas; 7) planificación sistemática y monitoreo; 8) búsqueda de información; 9) persuasión y redes de contacto; y 10) confianza en sí misma.
- 3) El estudio de Ruiz Navarro et al. (2012) titulado *Mujer y desafío emprendedor en España. Características y determinantes* concluye con que los hombres tienen una autopercepción mayor que las mujeres en cuanto a la posesión de las competencias referidas a la autoconfianza, a la tolerancia al riesgo y al reconocimiento de oportunidades.
- 4) Ventura Fernández & Quero Gervilla (2013) analizan los factores explicativos de la intención de emprender en las mujeres y desvelan otros aspectos competenciales importantes en el emprendimiento femenino como la autoconfianza, los antecedentes familiares, la valoración del resultado, el capital social y la intención de emprender.
- 5) El estudio de Ortíz García & Olaz Capitán (2016) sobre *Mujer y Emprendimiento desde una Perspectiva Competencial* en el que analizan el emprendimiento de la mujer a partir de cuatro dimensiones: 1) autoconocimiento personal; 2) autogestión; 3) conciencia social; y 4) gestión de relaciones. Estas cuatro dimensiones engloban a su vez 18 competencias (véase Tabla 10)

Tabla 10. Competencias analizadas por Ortiz García et al. en el estudio *Mujer y emprendimiento desde una perspectiva competencial* (2016)

1. Conciencia emocional	2. Autoevaluación
3. Autoconfianza	4. Autocontrol emocional
5. Transparencia	6. Adaptabilidad
7. Logro	8. Iniciativa
9. Optimismo	10. Empatía
11. Conciencia organizacional	12. Orientación de servicio
13. Desarrollo de personas	14. Liderazgo inspirador
15. Catalizar el cambio	16. Influencia
17. Gestión de conflictos	18. Trabajo en equipo y colaboración

2.3 Competencias técnicas

Las competencias técnicas son aquellas que están directamente relacionadas con la realización de ocupaciones concretas. Están asociadas a conocimientos y habilidades de índole técnica y no son fácilmente transferibles de un ámbito a otro. Estas habilidades pueden ser simples o complejas y varían según el sector productivo. Pueden ser adquiridas en contextos educativos, autodidácticos o en el propio campo laboral (Berrocal et al., 2021).

Siguiendo las directrices europeas, en 2002, en España se creó el Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional, mediante el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP en adelante), en el que definían las competencias como “el conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo” (Instituto Nacional de las Cualificaciones, 2021). Este catálogo es un instrumento que ordena las cualificaciones profesionales más significativas del sistema productivo español, organizadas en familias profesionales y niveles. Cada una de estas cualificaciones está formada por un bloque de unidades de competencia y cada uno de estos bloques lleva asociado un módulo de formación que constituye el referente para el diseño de los títulos de formación profesional del sistema educativo, los certificados de profesionalidad y otras formaciones.

Uno de los aspectos importantes que regula este catálogo son los niveles de cualificación. Estos niveles se definen de acuerdo con el Marco Español de Cualificaciones (MECU) y el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), basados en el Marco Europeo de Cualificaciones (MEC).

En el CNCP, los niveles de cualificación se organizan en ocho niveles, que van desde el nivel 1 hasta el nivel 8, cada uno de los cuales representa un grado creciente de complejidad y especialización en términos de habilidades y conocimientos.

Tabla 11. Niveles de cualificación según el MECU Y MECES

Nivel MECU	Nivel MECES	Certificación oficial
8	Nivel 4	Doctorado
7	Nivel 3	Máster
6	Nivel 2	Grado o Técnico Superior de Enseñanzas Artísticas Superiores
5	Nivel 1	- 5A: Título de Técnico Superior de Formación Profesional, Artes Plásticas y Diseño o Deportivo. - 5B: Certificado de Profesionalidad Nivel 3. - 5C: Curso de Especialización de Grado Superior.
4		- 4A: Título de Bachiller. Título de Técnico de Formación Profesional, Enseñanzas Profesionales de Música, Enseñanzas Profesionales de Danza, Artes Plásticas y Diseño o Deportivo.

Nivel MECU	Nivel MECES	Certificación oficial
		- 4B: Certificado de Profesionalidad Nivel 2. - 4C: Curso de Especialización de Grado Medio.
3		- 3A: Título de Graduado en ESO o Técnico Básico. - 3B: Certificación de Profesionalidad Nivel 1.
2		- Certificación de superación de 2º de la ESO. - Certificado de Formación Profesional de Grado Básico para el alumnado con necesidades educativas especiales o colectivos específicos.
1		Educación Primaria

Fuente: elaboración propia a partir de Real Decreto 272/2022, de 12 de abril, por el que se establece el Marco Español de Cualificaciones para el Aprendizaje Permanente (2022)

En el Anexo II del Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales se presentan tres niveles de cualificación, y para cada uno de ellos se establecen competencias técnicas de diferente dificultad. La complejidad de las competencias relativas a cada nivel se describe de la siguiente manera:

- Nivel 1: competencia en un conjunto limitado de actividades laborales que son relativamente simples y están relacionadas con procesos estandarizados, donde el conocimiento teórico y las capacidades prácticas requeridas son mínimas.
- Nivel 2: competencia en un conjunto de actividades profesionales bien determinadas con la capacidad de utilizar los instrumentos y técnicas propias, que se enfocan principalmente en tareas de ejecución y que pueden llevarse a cabo de manera autónoma dentro de los límites de dichas técnicas. Implica tener conocimientos de los fundamentos teóricos y científicos de la actividad y capacidades de comprensión y aplicación del proceso.
- Nivel 3: competencia en un conjunto de actividades profesionales que implican el dominio de diversas técnicas que pueden ser llevadas a cabo de manera independiente. Este nivel de competencia conlleva la responsabilidad de coordinar y supervisar el trabajo técnico y especializado. Requiere la comprensión de los principios técnicos y científicos subyacentes a las actividades, así como la capacidad de evaluar los factores del proceso y sus implicaciones económicas.

2.4 Competencias transversales

La comprensión de las competencias transversales abarca diferentes perspectivas y enfoques que han sido desarrollados por diversas organizaciones e investigaciones, como la ESCO (Clasificación Europea de capacidades, competencias, calificaciones y ocupaciones), O*NET, Tunning, WEF (Foro Económico Mundial), entre otros.

También conocidas como *soft skills*, las competencias transversales son una “combinación de habilidades sociales, habilidades de comunicación, rasgos de la personalidad, actitudes, atributos personales, inteligencia social y emocional que facultan a las personas para moverse por su entorno, trabajar bien con otros, realizar un buen desempeño, completándose con las habilidades técnicas para conseguir sus objetivos” (Carro (2022)).

Las competencias transversales pueden categorizarse en cuatro grupos principales:

- a) Personales: relacionadas con los aspectos emocionales de las personas y su autoconocimiento. Son fundamentales para la gestión efectiva de las propias emociones y para comprender y relacionarse con las emociones de los demás.
- b) Interpersonales: centradas en los aspectos sociales de las personas y su capacidad para interactuar y trabajar con otros de manera efectiva.
- c) Comunicativas: aquellas que involucran la capacidad de comunicarse de manera clara y efectiva, tanto de forma oral como escrita, así como de forma no verbal o gestual.
- d) Instrumentales: aquellas que ayudan a una persona abordar tareas y problemas de manera efectiva en una variedad de contextos (como gestionar el tiempo o los recursos). Estas competencias son esenciales para el aprendizaje, la adaptación y el desempeño en la vida personal y académica y de alguna manera incluyen otros tipos de competencias incluidas en las básicas, técnicas y clave.

Sin duda, hay una amplia variedad de competencias que entran en la categorización de competencias de competencias transversales, y su importancia es cada vez más reconocida en el ámbito laboral y educativo. Por ejemplo, Según el Informe sobre el Futuro de los Empleos 2020 del Foro Económico Mundial, las diez competencias transversales más demandadas en los próximos años son el pensamiento analítico; aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje; resolución de problemas complejos; pensamiento crítico; creatividad; liderazgo; competencias digitales; resiliencia; tolerancia al estrés; e innovación (World Economic Forum, 2020a).

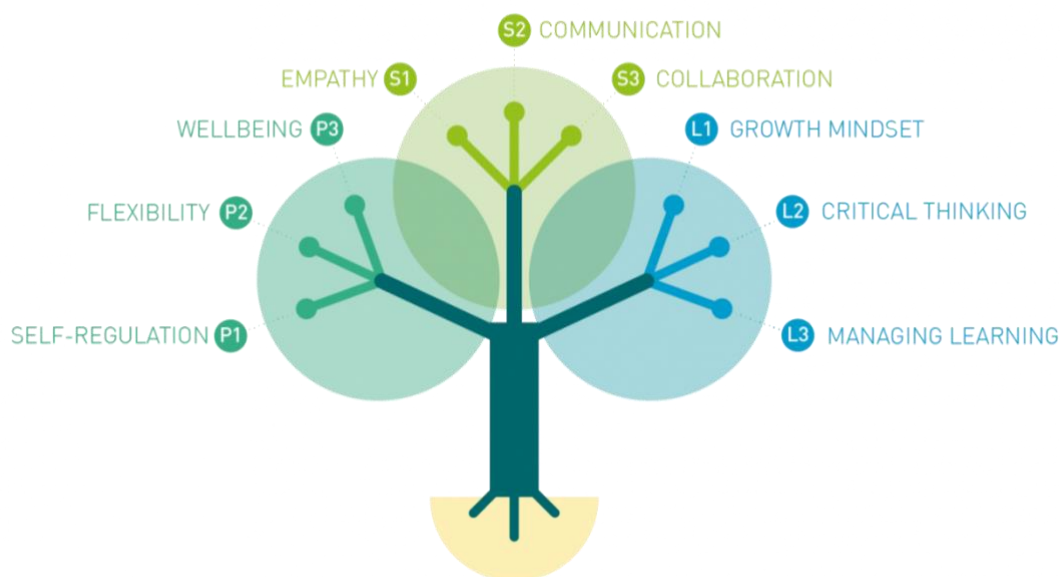
A continuación, se explorarán dos marcos de referencia que ofrecen una estructura y una guía para comprender y desarrollar las competencias transversales. Por un lado, LifeComp, un marco transversal de competencias clave propuesto por la Unión Europea. Y, por otro lado, HERMES, un marco de competencias transversales creado en la propia Universidad de Valladolid.

2.4.1 LifeComp: Marco de Referencia Europeo para las Competencia Clave para el Aprendizaje Permanente

LifeComp es uno de los marcos de competencias transversales más importantes en Europa. Este marco define nueve competencias clave que son necesarias para el aprendizaje permanente y el desarrollo personal, social y profesional. Se refiere a las competencias como un conjunto de competencias aplicables a todos los ámbitos de la vida que pueden adquirirse mediante la educación formal, informal y no formal y que pueden ayudar a los ciudadanos a progresar en el siglo XXI (Sala et al., 2020). Estas competencias se engloban dentro de la competencia clave “personal, social y aprender a aprender” y se clasifican en estas tres áreas (véase Figura 19):

- Área personal: Autorregulación, flexibilidad y bienestar.
- Área social: empatía, comunicación y colaboración.
- Aprender a aprender: mentalidad de crecimiento, pensamiento crítico y gestión del aprendizaje.

Figura 19. LifeComp: Marco de Referencia Europeo para las Competencia Clave para el Aprendizaje Permanente



Fuente: Sala et al. (2020)

2.4.2 Proyecto Hermes: Marco de Competencias Transversales para el Desarrollo Humano

El proyecto HERMES (v2.5) (2022) está basado en el estudio transdisciplinar de las competencias transversales del desarrollo humano. Ante la gran diversidad de estudios publicados en el sector

de los recursos humanos que tratan las competencias transversales, entre otras, el proyecto HERMES es una iniciativa del Observatorio para la Validación de Competencias Profesionales (Observal) de la Universidad de Valladolid. Es un proyecto basado en los diferentes enfoques y teorías acerca del diseño humano y el análisis de los rasgos personales, así como la fundamentación científica que avala las interpretaciones realizadas en cada competencia.

HERMES está compuesto por seis dimensiones que engloban un total de 36 competencias transversales. Estas dimensiones son: alfabetización, autodirección, interacción social, interacción con el mundo, sostenibilidad y aprendizaje a lo largo de la vida. A su vez, las 36 competencias transversales están vinculadas con cada una de las características personales que se convierten en los rasgos esenciales desde los que se trabajan internamente cada competencia. Cada dimensión, competencia y rasgo de personalidad juega un papel crucial en el desarrollo integral de los individuos, promoviendo capacidades clave para enfrentar los desafíos contemporáneos y contribuir de manera significativa a la sociedad. A continuación, se detalla cada una de estas dimensiones, las competencias que la forman y los rasgos asociados a cada una de ellas.

La alfabetización 4.0 engloba una serie de competencias que tratan sobre la capacidad fundamental para desenvolverse en un entorno caracterizado por la incertidumbre y el cambio constante. Implica ser competente en la gestión eficiente del trabajo, la adaptación a nuevos contextos, la planificación estratégica de acciones, la comunicación efectiva de ideas y la gestión del conocimiento. En el contexto de la alfabetización 4.0, estas competencias también se aplican a la comprensión y el uso efectivo de las tecnologías digitales y la información en la era actual (véase Tabla 12).

Tabla 12. Competencias asociadas a la dimensión alfabetización del proyecto HERMES

ALFABETIZACIÓN		
Enfrentar la incertidumbre		
La competencia de enfrentar la incertidumbre se refiere a la capacidad de tomar decisiones y actuar efectivamente en situaciones de incertidumbre y ambigüedad, cuando no se dispone de información completa o cuando la información es contradictoria o poco clara. A su vez, esta competencia implica la capacidad de analizar y evaluar diferentes opciones y escenarios posibles, identificar y gestionar los riesgos y oportunidades, y tomar decisiones efectivas con información incompleta o incierta. Para enfrentarse a la incertidumbre es necesario tener habilidades de análisis crítico, pensamiento estratégico, adaptabilidad, flexibilidad y tolerancia al riesgo.		
Rasgos de personalidad	Evolución	Imaginación
Trabajar con eficiencia		
Esta competencia se refiere a la capacidad de realizar las tareas asignadas de manera efectiva, en el menor tiempo posible y con el menor consumo de recursos, sin comprometer la calidad del trabajo. Para trabajar con eficiencia se necesitan habilidades como la gestión del tiempo, la organización, la capacidad de establecer prioridades y la capacidad de delegar tareas. También es importante tener una actitud proactiva, comprometida y orientada a la solución de problemas, así como estar dispuesto a aprender y mejorar continuamente.		

Rasgos de personalidad	Eficiencia	Perspicacia
Adaptarse al cambio		
Esta competencia hace referencia a la capacidad de ajustarse y responder de manera efectiva a las situaciones nuevas o cambiantes, tanto en el ámbito personal como profesional. Conlleva la capacidad de aceptar los cambios, ser flexible, aprender y evolucionar, así como buscar soluciones creativas ante situaciones imprevistas. Adaptarse a los cambios implica tener la capacidad de aprender nuevos conocimientos y habilidades y ajustarse a planes y estrategias. También es importante ser capaz de controlar las emociones, mantener una actitud positiva y tener confianza en la capacidad propia para superar los desafíos que presentan los cambios que ocurran.		
Rasgos de personalidad	Autoexigencia	Sentido común
Planificar la acción		
Esta competencia se refiere a la capacidad de diseñar y organizar estrategias de acción eficaces y eficientes, con el fin de lograr los objetivos establecidos. Implica el desarrollo de habilidades de gestión del tiempo, organización, priorización y definición de objetivos claros y alcanzables. Además, también se requiere una actitud proactiva, comprometida y orientada a la solución de problemas.		
Rasgos de personalidad	Detalle	Observación
Comunicar la idea		
Esta competencia hace referencia a la capacidad de transmitir información de manera clara, efectiva y persuasiva, con el objetivo de lograr una comprensión y aceptación de la idea o mensaje que se quiere transmitir. Implica la capacidad de identificar el público objetivo, seleccionar los medios y herramientas adecuadas para transmitir el mensaje y adaptar el lenguaje y el estilo de comunicación a la audiencia. Además, implica la habilidad de escuchar de manera activa y ser capaz de interpretar y responder adecuadamente a las necesidades y preguntas del público objetivo.		
Rasgos de personalidad	Optimismo	Elocuencia
Gestionar el conocimiento		
Esta competencia se refiere a la capacidad de identificar, capturar, organizar y utilizar el conocimiento de manera efectiva y eficiente para mejorar el rendimiento y la toma de decisiones en un entorno laboral o en cualquier otro ámbito. Implica tener la capacidad de evaluar la información, analizarla críticamente y aplicarla de manera adecuada en diferentes situaciones. Además, implica compartir el conocimiento con otros miembros del equipo y de colaborar con ellos para mejorar el conocimiento colectivo.		
Rasgos de personalidad	Inteligencia	Pensamiento crítico

Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto HERMES (v.2.5) (Qualificalia Analytics, 2023)

La dimensión de autodirección se basa en las competencias centradas en la capacidad de dirigirse a uno mismo de manera efectiva y autónoma hacia metas y objetivos. Implica mantener un compromiso sólido y dedicación constante a lo que se persigue, así como la convicción y la voluntad de seguir normas y estándares. Esta dimensión también resalta la importancia de la perseverancia y la determinación en la realización de tareas y proyectos personales y profesionales (véase Tabla 13).

Tabla 13. Competencias asociadas a la dimensión de autodirección del proyecto HERMES

AUTODIRECCIÓN
Orientarse al objetivo
Esta competencia transversal se centra en establecer objetivos claros y alcanzables, dirigiendo los esfuerzos y recursos hacia su consecución. Implica identificar metas, crear planes de acción, medir el

progreso y tomar decisiones efectivas. También requiere adaptación al entorno, ajuste de objetivos, habilidades como la priorización, planificación, organización y seguimiento de datos.		
Rasgos de personalidad	Resiliencia	Perseverancia
Tener una dedicación		
Esta competencia transversal se relaciona con la capacidad de comprometerse con tareas o proyectos y perseverar para alcanzar los objetivos establecidos. Implica establecer prioridades, gestionar el tiempo eficazmente, mantener la motivación y superar obstáculos. Requiere habilidades como la concentración, la autonomía y la resiliencia. Esta competencia garantiza la calidad, aumenta la productividad y contribuye al logro de los objetivos.		
Rasgos de personalidad	Paciencia	Carisma
Cumplir el compromiso		
Esta competencia se refiere a la capacidad de cumplir con las obligaciones y responsabilidades asumidas, tanto en términos de calidad como de plazo, así como de trabajar con ética y responsabilidad para garantizar que se cumplan los acuerdos establecidos. Requiere establecer expectativas realistas, gestionar eficientemente el tiempo y los recursos, comunicarse de manera clara y asumir la responsabilidad por los resultados y sus consecuencias.		
Rasgos de personalidad	Aplomo	Vitalidad
Tener la convicción		
Esta competencia se refiere a la capacidad de tener una creencia firme y segura en algo y de defenderla con entusiasmo y pasión. Implica tener una visión clara, compromiso con los objetivos y trabajar con determinación. Requiere habilidades como la capacidad de tener la mente abierta, de adaptarse a los cambios, de ser creativo de mantener una actitud positiva y de ser capaz de liderar e inspirar a otros.		
Rasgos de personalidad	Coherencia	Fortaleza
Seguir la norma		
Esta competencia hace referencia a la capacidad de comprender y cumplir con las normas, reglas y procedimientos establecidos en un contexto específico, ya sea en el ámbito laboral o en cualquier otro contexto social. Implica comprender y respetar las reglas, garantizando procesos adecuados y éticos. También requiere habilidades para aplicar políticas, adaptarse a cambios normativos y trabajar en equipo.		
Rasgos de personalidad	Altruismo	Armonía
Perseverar en la tarea		
Esta competencia se relaciona con la capacidad de trabajar con constancia y determinación hacia un objetivo, a pesar de las dificultades o contratiempos que puedan surgir en el camino. Implica mantener la motivación compromiso a largo plazo, superar obstáculos, mantener una actitud positiva y adaptarse a los cambios. También requiere establecer objetivos alcanzables, una planificación efectiva y la colaboración con otras personas.		
Rasgos de personalidad	Persistencia	Prudencia

Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto HERMES (v.2.5) (Qualificalia Analytics, 2023)

La dimensión de interacción social se centra en como las personas se relacionan y trabajan en conjunto en entornos sociales y laborales. Implica la capacidad de motivar y apoyar a otros, fomentar la colaboración y el trabajo en equipo para abordar eficazmente los conflictos. También incluye la capacidad de liderar y dirigir personas para alcanzar objetivos comunes, creando un ambiente propicio para el éxito y el crecimiento mutuo. Esta dimensión promueve las relaciones interpersonales saludables y un rendimiento efectivo en grupos y equipos de trabajo (véase Tabla 14).

Tabla 14. Competencias asociadas a la dimensión de interacción social del proyecto HERMES

INTERACCIÓN SOCIAL		
Motivar a otros		
Esta competencia transversal se refiere a la capacidad de inspirar, influir y estimular a otras personas para que alcancen un objetivo o meta compartida. Implica entender las necesidades y expectativas de otras personas, de comunicarse de manera clara y efectiva, de reconocer y valorar el trabajo de los demás y de ser capaz de identificar y utilizar las estrategias adecuadas para motivar a cada persona.		
Rasgos de personalidad	Tolerancia	Actitud
Cooperar con el plan		
Esta competencia se refiere a la capacidad de trabajar en equipo de manera organizada hacia objetivos comunes. Requiere colaboración, comunicación efectiva, cumplimiento de compromisos y toma de decisiones consensuadas. Para cooperar con el plan es necesario tener una visión clara de los objetivos, conocer las responsabilidades individuales y ser proactivo en la resolución de problemas.		
Rasgos de personalidad	Naturalidad	Intuición
Fomentar el espíritu de equipo		
Esta competencia se refiere a la capacidad de crear un entorno de colaboración y armonía, donde cada miembro se sienta valorado y motivado a contribuir. Esto implica comprender las necesidades de los demás, comunicarse de manera efectiva, reconocer y valorar el trabajo de los compañeros, liderar hacia objetivos comunes y resolver conflictos constructivamente.		
Rasgos de personalidad	Diversidad	Determinación
Apoyar al compañero		
Esta competencia se refiere a la capacidad de colaborar y ofrecer ayuda a los miembros del equipo en un entorno de solidaridad y respeto. Esto implica tener una actitud empática y generosa, donde cada miembro se siente respaldado y valorado. Apoyar al compañero/a incluye escuchar y brindar apoyo en momentos difíciles sin esperar reciprocidad. También implica reconocer y aprovechar las fortalezas de los demás para beneficio del equipo.		
Rasgos de personalidad	Empatía	Autoconocimiento
Gestionar el conflicto		
Se refiere a la capacidad de identificar, analizar y resolver conflictos de manera efectiva y constructiva en situaciones interpersonales, grupales o laborales. Esto requiere tener control emocional, escucha activa, detección de intereses comunes y búsqueda de soluciones creativas que benefician a todas las partes. También son esenciales habilidades como la negociación, la empatía, la asertividad, la resolución de problemas y la toma de decisiones. Además, una comunicación clara y el fomento de un ambiente de respeto y diálogo también son fundamentales para gestionar conflictos efectivamente.		
Rasgos de personalidad	Autocontrol	Negociación
Dirigir a personas		
Esta competencia se refiere a la capacidad de gestionar y liderar equipos de trabajo para alcanzar objetivos comunes de manera efectiva. Requiere habilidades como la planificación estratégica, la toma de decisiones, la comunicación efectiva y la motivación. Para dirigir a las personas de manera efectiva es necesario comprender sus necesidades y motivaciones, establecer objetivos claros y brindar apoyo para conseguirlos. Además, un líder debe ser un modelo que seguir, tomar decisiones difíciles y gestionar el rendimiento y los conflictos. Habilidades de delegación, escucha activa y responsabilidad son esenciales para dirigir personas de manera exitosa.		
Rasgos de personalidad	Liderazgo	Humildad

Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto HERMES (v.2.5) (Qualificalia Analytics, 2023)

La dimensión de interacción con el mundo abarca la capacidad de colaborar de manera efectiva, promover la cooperación y comprender diferentes perspectivas. Implica la habilidad para

influir positivamente en la sociedad, fomentar la solidaridad y administrar recursos de manera responsable. Esta dimensión también incluye un compromiso activo con la comunidad global y la capacidad de proponer ideas y soluciones que beneficien a un mundo interconectado y diverso (véase Tabla 15).

Tabla 15. Competencias asociadas a la dimensión de interacción con el mundo del proyecto HERMES

INTERACCIÓN CON EL MUNDO		
Generar el consenso		
La competencia de generar consenso implica establecer acuerdos entre personas con diferentes perspectivas, intereses y necesidades. Para ello, habilidades como la escucha activa, la empatía, la negociación y la resolución de conflictos son esenciales. Además, se requiere comprender y comunicar de manera efectiva, encontrar soluciones creativas y gestionar conflictos equitativamente, manteniendo la calma y la objetividad en situaciones tensas.		
Rasgos de personalidad	Generosidad	Asertividad
Negociar el acuerdo		
Esta competencia se refiere a la capacidad de alcanzar acuerdos beneficiosos para todas las partes, requiriendo habilidades como la comunicación efectiva, la escucha activa, la empatía, la creatividad y la resolución de problemas. Para lograr un acuerdo, se debe comunicar claramente, entender las necesidades de ambas partes y mostrar empatía para construir confianza. La creatividad y la resolución de problemas son cruciales para encontrar soluciones innovadoras que satisfagan a ambas partes en la negociación.		
Rasgos de personalidad	Voluntad	Cooperación
Proponer la iniciativa		
La competencia de proponer iniciativas implica identificar oportunidades de mejora en el entorno laboral y presentar soluciones innovadoras. Requiere una actitud proactiva, creatividad y habilidades para comunicar de manera persuasiva. Además, implica asumir riesgos, aprender de los errores y perseverar en la implementación de las iniciativas a pesar de los obstáculos. Adaptar el mensaje según la audiencia y el contexto es esencial para el éxito de esta competencia.		
Rasgos de personalidad	Aceptación	Iniciativa
Impulsar la solidaridad		
Esta competencia se enfoca en fomentar la colaboración y el apoyo mutuo, especialmente en situaciones con necesidades o dificultades compartidas. Requiere sensibilidad hacia las diferencias culturales, sociales y económicas, así como habilidades de comunicación y empatía para comprender las necesidades de los demás. Colaborar, trabajar en equipo, identificar recursos y promover la participación son esenciales para fortalecer la solidaridad y resolver problemas comunes.		
Rasgos de personalidad	Sensibilidad	Bondad
Gestionar el recurso		
Esta competencia se refiere a la capacidad de administrar eficientemente los recursos disponibles, ya sean financieros, materiales, humanos o tecnológicos, para lograr los objetivos y metas en la organización. Implica identificar, planificar, asignar y controlar recursos para llevar a cabo una tarea. Además, requiere habilidades de liderazgo, comunicación, gestión de conflictos, motivación del equipo y toma de decisiones para optimizar el uso de los recursos.		
Rasgos de personalidad	Nobleza	Lealtad
Estar comprometido		
Esta competencia se refiere a la actitud y disposición de una persona para comprometerse plenamente con las tareas, objetivos y valores de la organización o equipo en el que trabaja. Implica asumir responsabilidad, mostrar entusiasmo y actitud positiva y estar dispuesto a tomar desafíos adicionales. También incluye lealtad, colaboración, apoyo a los demás y adaptación a los cambios.		

Rasgos de personalidad	Compromiso	Oportunidad
------------------------	------------	-------------

Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto HERMES (v.2.5) (Qualificalia Analytics, 2023)

La dimensión de sostenibilidad se refiere a aquellas competencias destinadas a mantener el equilibrio y la armonía entre las necesidades del presente y las de las generaciones futuras. Implica tomar decisiones que conlleven un cambio y llevar a cabo acciones que minimicen el impacto negativo en el medio ambiente, promuevan la justicia social y económica y aseguren la viabilidad a largo plazo de los recursos naturales y humanos. La sostenibilidad busca un desarrollo que sea económicamente viable, socialmente justo y ambientalmente responsable (véase Tabla 16).

Tabla 16. Competencias asociadas a la dimensión de sostenibilidad del proyecto HERMES

SOSTENIBILIDAD		
Gestionar el cambio		
Esta competencia implica entender que el cambio es constante y necesario para el progreso y el crecimiento, y que puede surgir debido a diversas razones, como avances tecnológicos, cambios en la industria, nuevas regulaciones o incluso situaciones inesperadas, como crisis económicas o pandemias.		
Rasgos de personalidad	Autoestima	Resistencia
Buscar la sostenibilidad		
Esta competencia implica comprender los impactos de las acciones humanas sobre el medio ambiente y tomar medidas para minimizar los efectos negativos y maximizar los positivos. También implica tener una perspectiva a largo plazo y considerar cómo las decisiones y acciones actuales afectarán a las generaciones futuras.		
Rasgos de personalidad	Adaptabilidad	Pertenencia
Identificar la oportunidad		
Esta competencia implica estar atento a los cambios en el entorno y en las necesidades de las personas, y ser capaz de identificar oportunidades para emprender nuevos proyectos, innovar o mejorar procesos existentes. También implica tener una actitud proactiva y una mentalidad abierta para descubrir oportunidades en lugares inesperados		
Rasgos de personalidad	Sentido del humor	Visión
Respetar los valores		
Esta competencia implica la capacidad de comprender y apreciar las diferencias culturales, de género, étnicas y religiosas, y de mantener una actitud respetuosa y tolerante hacia ellas. También implica ser consciente de los valores éticos y morales que rigen la sociedad y la organización, y de actuar de manera coherente con ellos.		
Rasgos de personalidad	Integridad	Servicio
Tener la consideración		
Tener la consideración implica ser consciente de cómo nuestras acciones y decisiones pueden afectar a los demás y tener la capacidad de ajustar nuestro comportamiento en consecuencia. Esto puede ser especialmente importante en situaciones de conflicto, donde la habilidad de tener en cuenta las perspectivas de los demás puede ayudar a encontrar soluciones que satisfagan a todas las partes involucradas		
Rasgos de personalidad	Responsabilidad	Cambio
Promover la ecuanimidad		
Esta competencia implica la capacidad de tratar a todos los individuos con igualdad, justicia y respeto, independientemente de su posición, origen étnico, género, religión u otra característica. También		

implica la habilidad de reconocer y abordar los sesgos y prejuicios propios y de los demás, y ser capaz de tomar decisiones objetivas y basadas en la evidencia.

Rasgos de personalidad	Autenticidad	Auto-confianza
------------------------	--------------	----------------

Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto HERMES (v.2.5) (Qualificalia Analytics, 2023)

La dimensión del aprendizaje a lo largo de la vida abarca las competencias necesarias para ser capaces de permanecer despiertos y estar atentos a los nuevos tiempos, las tendencias y las oportunidades. Aprender a lo largo de la vida se convierte en la propia naturaleza del ser humano, en su capacidad innata de adaptación, crecimiento y desarrollo continuo. De esta manera, el aprendizaje a lo largo de la vida se basa en la comprensión de que el conocimiento y las habilidades adquiridas en el pasado no son suficientes para enfrentar los desafíos actuales y futuros. Es un proceso continuo de actualización, mejora y adaptación, que nos permite crecer como individuos y contribuir de manera significativa a la sociedad (véase Tabla 17).

Tabla 17. Competencias asociadas a la dimensión de aprendizaje a lo largo de la vida del proyecto HERMES

APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA		
Tomar la decisión		
Esta competencia transversal implica tener la capacidad de analizar y evaluar información de manera efectiva y tomar una decisión informada. La toma de decisiones efectivas conlleva recopilar y analizar información de diversas fuentes, identificar patrones y tendencias, considerar múltiples perspectivas y evaluar críticamente la información. Se requiere reflexión sobre consecuencias y riesgos y comunicación clara de las decisiones tomadas a otros de manera persuasiva y justificada.		
Rasgos de personalidad	Aprendizaje	Competencia
Producir la mejora continua		
Esta competencia se refiere a la capacidad de una persona para identificar oportunidades de mejora en una tarea o proceso, y llevar a cabo acciones para implementar y mantener estas mejoras de manera sostenible en el tiempo. Requiere una actitud proactiva y crítica, habilidades analíticas y de resolución de problemas, comunicación efectiva, liderazgo para coordinar equipos y la disposición para aprender de errores y adaptarse.		
Rasgos de personalidad	Versatilidad	Valentía
Resolver el problema		
La competencia de resolver problemas implica identificar y abordar problemas de manera eficiente, utilizando habilidades de pensamiento crítico y toma de decisiones para analizar el origen de los problemas y luego desarrollar y aplicar soluciones efectivas. Se requieren habilidades como la observación, recopilación y análisis de información, así como la capacidad para evaluar opciones y considerar sus impactos a corto y largo plazo. Una actitud proactiva, trabajo en equipo y aprendizaje continuo son esenciales para desarrollar esta competencia.		
Rasgos de personalidad	Entusiasmo	Confianza
Diseñar la estrategia		
Esta competencia implica la capacidad de analizar y comprender la situación actual de una organización o proyecto para establecer objetivos claros y definir una estrategia eficaz para alcanzarlos. Implica identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y basar las decisiones en esto. Requiere tener habilidades de análisis, de pensamiento estratégico, creatividad, comunicación y colaboración, junto con una profunda comprensión del proyecto. También son esenciales la adaptabilidad y la visión a largo plazo.		

Rasgos de personalidad	Simplificación	Comprensión
Emprender una idea		
Esta competencia implica la capacidad de identificar oportunidades de negocio y de transformarlas en una idea concreta y viable. También implica la capacidad de crear y desarrollar un plan de negocio que permita poner en marcha la idea y llevarla al éxito		
Rasgos de personalidad	Originalidad	Perspectiva
Favorecer la innovación		
Esta competencia se refiere a la capacidad de generar nuevas ideas y aplicarlas en soluciones prácticas y efectivas. Implica la capacidad de analizar el entorno y detectar oportunidades de mejora, creatividad para generar nuevas soluciones y capacidad para ponerlas en práctica. Además, implica estar actualizado en las últimas tendencias y herramientas tecnológicas para desarrollar ideas innovadoras.		
Rasgos de personalidad	Creatividad	Expresión

Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto HERMES (v.2.5) (Qualificalia Analytics, 2023)

Las competencias del proyecto HERMES serán las utilizadas para llevar a cabo un análisis exhaustivo del emprendimiento de las mujeres participantes en el estudio. De esta manera, se identificarán las competencias esenciales para el emprendimiento, lo que nos permitirá posteriormente compararlas con otros marcos de competencias emprendedoras actuales.

3 Otras clasificaciones

Como se ha señalado anteriormente, existe una amplia variedad de clasificaciones de competencias que se han desarrollado en diversos contextos y para distintos propósitos.

En la Conferencia Inaugural de la Cumbre de Lisboa celebrada en el 2000, se desarrolló el memorándum sobre el aprendizaje a lo largo de la vida, cuyo objetivo era abrir un debate a nivel europeo y poner en marcha una estrategia destinada a aplicar el aprendizaje a lo largo a nivel individual e institucional. En este memorándum se definía este término como “todas las actividades de aprendizaje con fines concretos que se lleven a cabo de forma continua con el fin de mejorar los conocimientos, las cualificaciones, las habilidades y las competencias” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2000).

Dos de las medidas adoptadas desde Europa que más han destacado en el ámbito educativo son el proyecto Tuning impulsado por la Unión Europea y el proyecto DeSeCo promovido por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). En el proyecto Tuning se distingue entre competencias genéricas y específicas de cada área, diferenciando entre tres tipos de competencias genéricas: competencias instrumentales, competencias interpersonales y competencias sistémicas (véase Tabla 18). Por su parte, el proyecto DeSeCo establece tres grandes categorías de competencias (OECD, 2005):

- a) Autonomía: actuar dentro de un contexto, poner en práctica proyectos personales, defender los propios derechos, intereses, necesidades y límites.
- b) Uso interactivo de herramientas como el lenguaje, los símbolos, la tecnología a través del conocimiento y la información.
- c) Interacción social: relacionarse bien con los demás, habilidad para cooperar y trabajar en grupo, gestionar y resolver conflictos, ser capaz de desenvolverse en la sociedad, de empatizar con los demás, de manejar las propias emociones y promover el capital social.

Tabla 18. Las competencias del proyecto Tuning

Competencias instrumentales	Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
	Capacidad para organizar y planificar el tiempo
	Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión
	Capacidad de comunicación oral y escrita
	Capacidad de comunicación en un segundo idioma
	Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación
	Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
	Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas
	Capacidad para tomar decisiones
Competencias interpersonales	Responsabilidad social y compromiso ciudadano
	Capacidad crítica y autocrítica
	Capacidad de trabajo en equipo
	Habilidades interpersonales
	Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad
	Habilidad para trabajar en contextos internacionales
	Compromiso ético
Competencias sistémicas	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
	Capacidad de investigación
	Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
	Capacidad para actuar en nuevas situaciones
	Capacidad creativa
	Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes
	Compromiso con la preservación del medio ambiente
	Compromiso con su medio socio-cultural
	Habilidad para trabajar en forma autónoma
	Capacidad para formular y gestionar proyectos
Compromiso con la calidad	

Fuente: Elaboración propia a partir de González & Wagenaar (2003); Webscolar (2017)

En el informe ejecutivo de un proyecto desarrollado por la ANECA (2007) denominado “El profesional flexible en la sociedad del conocimiento”, se destacan 19 competencias que son requeridas por el mercado laboral en España y que son muy semejantes a las requeridas en el resto de países europeos. Estas son las siguientes:

1. Capacidad para escribir y hablar en idiomas extranjeros

2. Conocimientos de otras áreas o disciplinas
3. Capacidad para detectar nuevas oportunidades
4. Capacidad para negociar de forma eficaz
5. Capacidad para presentar en público productos, ideas o informes
6. Pensamiento analítico
7. Predisposición para cuestionar ideas propias o ajenas
8. Capacidad para movilizar las capacidades de otros
9. Capacidad para hacer valer tu autoridad
10. Capacidad para redactar informes o documentos
11. Capacidad para utilizar herramientas informáticas
12. Capacidad para adquirir con rapidez nuevos conocimientos
13. Dominio del área o disciplina
14. Capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones
15. Capacidad para coordinar actividades
16. Capacidad para rendir bajo presión
17. Capacidad para trabajar en equipo
18. Capacidad para usar el tiempo de forma efectiva
19. Capacidad para hacer entender

4 Técnicas más comunes utilizadas para identificar competencias en las personas

Olaz Capitán (2018) en su libro *Guía práctica para el diseño y medición de competencias profesionales* señala que “evaluar competencias no es nada sencillo ya que no son fácilmente medibles, requiriéndose una integración de procesos, procedimientos, métodos, criterios, herramientas, instrumentos y pruebas para ajustarse mejor al elemento que se quiere medir” (p. 75). Dicho autor propone una serie de técnicas y herramientas más utilizadas para la identificación y medición de competencias, las cuales se plasman en la Tabla 19.

Tabla 19. Técnicas más comunes utilizadas para identificar competencias

Técnicas para analizar competencias	Cualitativa	Cuantitativa
Técnica de incidentes críticos	X	
La rejilla de Kelly	X	
Centros de evaluación	X	
Técnica de grupo nominal	X	
Evaluación 360 grados	X	
Historias de vida	X	
Role Playing	X	
Simulación de condiciones	X	
Método Delphi	X	

Técnicas para analizar competencias	Cualitativa	Cuantitativa
Entrevistas cualitativas	X	
Entrevistas de desempeño	X	
Grupos de discusión	X	
Grupos focales	X	
Grupo triangular	X	
Observación participante	X	
Encuestas		X
Brainstorming	X	

Fuente: Olaz Capitán (2018)

Es importante destacar que se pueden utilizar diversas técnicas y herramientas dependiendo de los diferentes tipos de competencias que se desea evaluar: técnicas, transversales, personales, etc. Por lo tanto, se debe identificar qué tipo de competencias se quieren evaluar y seleccionar la técnica más adecuada para ello (Berrocal et al., 2021).

Si bien cualquiera de las herramientas nombradas podría facilitar el análisis de las competencias en las mujeres emprendedoras, en base al contexto en el que se desarrolla la presente investigación, se ha optado por los relatos de vida, la encuesta y el grupo focal. Estas técnicas se explicarán y desarrollarán en el siguiente capítulo destinado a profundizar en la metodología del estudio.

5 Síntesis del capítulo

En este capítulo se han abordado diversas perspectivas y enfoques relacionados con el concepto de competencia. A lo largo del análisis, se destaca la idea compartida por varios autores y organizaciones de que se trata de comportamientos observables vinculados al desempeño efectivo de tareas específicas.

Aunque existen diversas clasificaciones de competencias, se han identificado cuatro categorías fundamentales. En primer lugar, las competencias básicas, que incluyen habilidades esenciales como la lectura, la escritura, la comunicación y la competencia tecnológica. En segundo lugar, las competencias clave han sido destacadas como fundamentales para el desarrollo tanto personal como profesional. Estas competencias, transversales a diversos campos y contextos, contribuyen a la formación de ciudadanos competentes y completos en la sociedad actual. Dentro de estas, se encuentra la competencia emprendedora, en la cual se centra este trabajo.

En tercer lugar, las competencias técnicas son esenciales para el éxito en ocupaciones concretas y están relacionadas con los niveles de cualificación MECU y MECES. Estas competencias representan el conocimiento y las habilidades necesarias para destacar en campos profesionales específicos.

Finalmente, se han explorado diversas técnicas para identificar y evaluar las competencias de las personas. Entre ellas, destacan la historia de vida, la encuesta y el grupo focal. En el siguiente capítulo, nos sumergiremos en un análisis detallado de las diversas vías que conducen al emprendimiento en el sector vitivinícola. Exploraremos cómo la formación, ya sea formal, no formal o informal, proporciona las bases esenciales para aquellas personas que buscan emprender en este sector.

CAPÍTULO 6

Vías de acceso al emprendimiento en el sector vitivinícola

El sector vitivinícola es un ámbito altamente especializado que exige un conocimiento técnico específico para poder llevar a cabo su gestión y desarrollo de manera exitosa. Este capítulo se adentra en la exploración detallada de las vías que conducen al emprendimiento en este sector, destacando la influencia de la educación en todas sus formas.

La formación, ya sea formal, no formal o informal, desempeña un papel importante para aquellas personas que desean dedicarse a este sector. Examinaremos cómo los programas académicos, las iniciativas de capacitación comunitarias y las experiencias prácticas tradicionales enriquecen la comprensión y las competencias de aquellos y aquellas que aspiran a emprender en el mundo del vino.

Además, se ahonda en una vía de acceso que ha ganado relevancia los últimos años: la certificación de competencias profesionales. La validación oficial de competencias se convierte en un instrumento valioso para aquellas personas que desean demostrar su experiencia y competencia en áreas clave de la industria vitivinícola.

1 La educación formal

Según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-2011), la educación formal se caracteriza por ser un proceso educativo institucionalizado, intencionado y planificado por organizaciones públicas y organismos privados acreditados para ello que, en su conjunto, constituyen el sistema educativo formal del país. Según la definición, los programas de educación formal y sus certificaciones asociadas son oficialmente reconocidas (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2013).

El componente esencial de la educación formal es la educación inicial, la cual se define como aquella dirigida a niños, adolescentes y jóvenes adultos antes de que ingresen al ámbito laboral. Esta fase educativa comprende programas a tiempo completo, integrados en itinerarios continuos y son impartidos por entidades especializadas en este tipo de educación. Además, se incluye la educación que, sin importar la edad, presenta contenidos y certificaciones equivalentes a los de la educación inicial (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2013).

La educación formal se presenta como una vía cada vez más importante para acceder al sector vitivinícola. La formación académica puede ayudar a adquirir conocimientos técnicos y habilidades específicas en áreas como la producción, la gestión, el marketing o la enología, que son necesarias para enfrentar los retos y oportunidades que se presentan en el sector. Además, la formación reglada permite obtener una acreditación de los conocimientos adquiridos, lo que puede facilitar el acceso a empleos mejor remunerados y con mayores posibilidades de desarrollo profesional. También puede ser útil para quien desee emprender en el sector, ya que la formación puede ayudarles a desarrollar competencias necesarias para sacar adelante una empresa.

1.1 Oferta formativa especializada en el sector vitivinícola

Las vías formales de acceso al sector vitivinícola son variadas y abarcan desde la formación profesional hasta los grados universitarios relacionados con la agricultura, enología y otras disciplinas afines.

En este contexto, se ha llevado a cabo una exhaustiva investigación sobre las titulaciones impartidas en Castilla y León, relacionadas con el mundo del vino. Se ha prestado especial atención a la oferta formativa tanto de formación profesional como de formación universitaria, enfocándonos en el lugar de impartición y la inclusión de contenidos relacionados con la formación emprendedora.

En el ámbito de la formación profesional, se observa que la formación de grado básico no incorpora enseñanzas específicas de emprendimiento en su currículo. Sin embargo, al analizar las titulaciones de grado medio y superior, se destaca la presencia de la asignatura “Empresa e Iniciativa Emprendedora”, con una duración de 63 horas dentro de las 2000 horas totales del programa (véase Tabla 20).

Tabla 20. Títulos de formación profesional que se imparten en Castilla y León

Grado	Título	Lugar de impartición	Formación emprendedora
Básico	Profesional Básico en Agro-jardinería y Composiciones Florales (AGA01B)	- La Aldea del Rey Niño, Ávila Burgos - Hospital de Órbigo, León - Cabrerizos, Salamanca - León - Peñafiel, Valladolid	-
	Profesional Básico en Aprovechamientos Forestales (AGA03B)	- Las Navas del Marqués, Ávila - El Espinar, Segovia - Zamora	-
Medio	Técnico en Aprovechamiento y Conservación del Medio Natural (AGA04M)	- Almazcara, León - Cabrerizos, Salamanca - Coca, Segovia - Almazán, Soria	63 horas
Medio	Técnico en Jardinería y Floristería (AGA03M)	- Hospital de Órbigo, León - Cabrerizos, Salamanca	63 horas
Medio	Técnico en Producción Agroecológica (AGA01M)	- Palencia - Zamora	63 horas
Medio	Técnico en Producción Agropecuaria (AGA02M)	- Ávila - Albillos, Burgos - Castromonte, Valladolid	63 horas
Superior	Técnico Superior en Vitivinicultura (INA01S)	- La Aguilera, Burgos - San Esteban de Gormaz, Soria - Castromonte, Valladolid	63 horas
Superior	Técnico Superior en Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria (INA02S)	- Ávila - Burgos - Ponferrada - Palencia - Salamanca	63 horas

Fuente: elaboración propia a partir del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2023)

En cuanto a la formación universitaria, se ha indagado la presencia de enseñanzas sobre emprendimiento en los programas de grado y posgrado relacionados con la agricultura, enología y disciplinas afines. Se observa una diferencia significativa en la inclusión de la formación emprendedora entre las titulaciones dirigidas a la gestión de empresas y otras disciplinas. En las primeras, se aprecia una integración más sólida del componente emprendedor. En otros casos, como por ejemplo en la Universidad de Salamanca, se observa la ausencia de asignaturas dedicadas

a esta temática y en algunos grados, aunque se incorpora, la carga académica es limitada, oscilando entre 6 y 9 créditos ECTS (véase Tabla 21).

Tabla 21. Títulos universitarios impartidos en la Universidad de Salamanca

Titulación	Modalidad	Formación emprendedora
Grado en Ciencias Ambientales	Presencial	No
Grado en Ingeniería Agrícola	Presencial	6 ECTS
Grado en Ingeniería Agroalimentaria	Presencial	9 ECTS
Máster en Ciencias Ambientales	Presencial	No
Máster de Formación Permanente en Executive en gestión de empresas agroalimentarias	Híbrida	Si
Máster de Formación Permanente en gestión técnica de empresas y organizaciones sostenibles	Virtual	No

Fuente: elaboración propia a partir de Universidad de Salamanca (2023)

Lo mismo ocurre en la Universidad de León en relación con la presencia de formación emprendedora en sus programas académicos (véase Tabla 22). En algunos grados, se identifica la ausencia de asignaturas específicas centradas en el emprendimiento, mientras que en aquellos donde se incorpora, los créditos ECTS son limitados en comparación con el total del plan de estudios. Algunos grados cuentan con tan solo 6 o 10 créditos de formación emprendedora, de los 960 créditos totales que componen el programa.

Tabla 22. Títulos universitarios impartidos en la Universidad de León

Titulación	Modalidad	Campus	Formación emprendedora
Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos	Presencial	León	No
Grado en Ciencias Ambientales	Presencial	León	No
Grado en Ingeniería Agraria	Presencial	León	6 ECTS
Grado en Ingeniería Forestal y del Medio Natural	Presencial	Ponferrada	6 ECTS
Máster Universitario en Riesgos Naturales	Presencial	León	No
Máster Universitario en Ingeniería Agronómica	Presencial	León	10 ECTS

Fuente: elaboración propia a partir de Universidad de León (2023)

En contraste con otras instituciones, la Universidad de Valladolid destaca por la integración de la formación emprendedora en algunos grados. En particular, cabe destacar el grado de Enología con 15 créditos ECTS de formación emprendedora, y el grado de Ingeniería de las Industrias Agrarias y Alimentarias, distinguido por incorporar 12 créditos destinados a desarrollar competencias emprendedoras entre sus estudiantes (véase Tabla 23).

Tabla 23. Títulos universitarios impartidos en la Universidad de Valladolid

Titulación	Modalidad	Campus	Formación emprendedora
Grado en Ingeniería Agrícola y del Medio Rural	Presencial	Palencia Soria Valladolid	No
Grado en Ingeniería Forestal y del Medio Natural	Presencial	Palencia	6 ECTS
Grado en Enología	Presencial	Palencia	15 ECTS
Grado en Ingeniería de las Industrias Agrarias y Alimentarias	Presencial	Palencia	12 ECTS
Grado en Ingeniería Agraria y Energética	Presencial	Soria	No

Fuente: elaboración propia a partir de Universidad de Valladolid (2023)

Adicionalmente, se observa un patrón interesante relacionado con la ubicación geográfica de la formación vinculada al mundo rural y vitivinícola. Mayoritariamente, esta formación se concentra en el Campus de Palencia, resaltando la importancia estratégica de esta región en la promoción de conocimientos especializados en el sector del vino y la agricultura.

Este análisis subraya la variedad de enfoques adoptados por las instituciones académicas en Castilla y León, destacando los esfuerzos por integrar la formación emprendedora en algunas titulaciones, y reconocimiento así la relevancia de esta en el panorama formativo actual.

1.2 Las microcredenciales: una nueva alternativa de formación en Europa

En Europa, la urgencia de actualizar y mejorar los conocimientos, las capacidades y las competencias se hace cada vez más evidente, especialmente para aquellos que buscan cerrar la brecha entre su educación y formación formales y las demandas de una sociedad y un mercado laboral en constante evolución. La recuperación post COVID-19 y las transiciones digital y ecológica han acelerado significativamente el ritmo del cambio en nuestra forma de vivir, aprender y trabajar y esto ha subrayado la importancia de preparar a las personas de manera más efectiva para abordar los desafíos actuales y futuros.

La pandemia ha impactado significativamente las perspectivas profesionales tanto de los jóvenes como de los adultos. Además de aumentar las tasas de desempleo, ha marcado el bienestar físico, mental y emocional de millones de personas. En este contexto de transformación, la necesidad de soluciones flexibles y ágiles en el ámbito educativo se vuelve más necesaria que nunca. Por ello, la Unión Europea ha desarrollado un enfoque basado en las microcredenciales como experiencias de aprendizaje breves en respuesta a una demanda más flexible de formación centrada en la persona que aprende, la cual contribuye a ampliar las oportunidades de aprendizaje. La Recomendación del Consejo de 16 de junio de 2022 relativa a un enfoque europeo de las

microcredenciales para el aprendizaje permanente y la empleabilidad proporciona las directrices y las orientaciones para promover la adopción efectiva y la interoperabilidad de las microcredenciales en el ámbito europeo. Según esta recomendación, una microcredencial es:

“el registro de los resultados del aprendizaje que ha obtenido un aprendiz a raíz de un pequeño volumen de aprendizaje. Dichos resultados se habrán evaluado con arreglo a criterios transparentes y claramente definidos. Las experiencias de aprendizaje que dan lugar a la obtención de microcredenciales están diseñadas para proporcionar al aprendiz conocimientos, capacidades y competencias específicos, que responden a las necesidades sociales, culturales o del mercado de trabajo. Las microcredenciales son propiedad del aprendiz, se pueden compartir y son portátiles. Pueden ser independientes o acumularse en credenciales más amplias. Están respaldadas por una garantía de calidad con arreglo a normas acordadas en el sector o ámbito de actividad pertinente”. (p. 9)

En el informe de ANECA titulado *Microcredenciales. Formación inclusiva en todos los formales y para todas las edades* se registran los términos fundamentales que intervienen en una microcredencial y son los siguientes:

- La brevedad de la experiencia de aprendizaje se evaluará según el volumen de trabajo teórico necesario para alcanzar los resultados previstos. Se utilizarán créditos ECTS, donde un ECTS representa de 25 a 30 horas de trabajo, conforme al Real Decreto 1125/2003. En el caso de las microcredenciales vinculadas a actividades de formación permanente de corta duración impartidas por universidades, cada microcredencial será inferior a 15 ECTS, según el Real Decreto 822/2021.
- La microcredencial deberá seguir los estándares del Marco Europeo de Cualificaciones (EQF), El Marco de Cualificaciones del Espacio Europeo de Educación Superior (MC-EEES), o marcos nacionales equivalentes, como el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) o el Marco Español de Cualificaciones para el Aprendizaje Permanente (MECU)
- Los proveedores de microcredenciales abarcan diversas entidades como instituciones educativas, organismos de investigación, entidades públicas y privadas, empleadores, servicios de empleo público, autoridades nacionales y locales, interlocutores sociales, asociaciones profesionales, organizaciones de la sociedad civil, centros comunitarios y otros agentes privados.

- La experiencia de aprendizaje puede ocurrir en diversos entornos abarcando las modalidades presencial, virtual e híbrida, adaptándose a distintas ubicaciones, contextos y culturas.
- La acumulabilidad de las microcredenciales se logra mediante su diseño modular, permitiendo la adición de otras para crear credenciales más amplias. La acumulación no otorga automáticamente un derecho a cualificación o título, pues serán las autoridades educativas autonómicas y nacionales quienes tomen las decisiones al respecto según sus procedimientos de expedición.
- Las microcredenciales facilitan itinerarios de aprendizaje flexible al permitir la validación, reconocimiento y acumulación de microcredenciales de diferentes sistemas.
- Incluirán servicios de orientación para el aprendizaje continuo, que ofrecerán información y asesoramiento de manera inclusiva.
- Están centradas en la persona que aprende, ya que son concebidas para satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas destinatarias.
- El aseguramiento de la calidad implica garantizar la calidad interna y externa en el sector o ámbito de la actividad correspondiente, con el objetivo de generar confianza a nivel de la Unión Europea y facilitar su reconocimiento.
- Se rigen por el principio de autenticidad, asegurando información suficiente para verificar la identidad de la persona que aprende, el proveedor y los detalles de expedición.
- Siguen el principio de portabilidad, siendo propiedad del aprendiz y fácilmente compartibles a través de plataformas digitales seguras como Europass, conforme a los estándares europeos EDC y EBSI.

En España, las microcredenciales están siendo recién incorporadas al sistema universitario. Actualmente, la única microcredencial vinculada al sector vitivinícola se ofrece en la Universidad de León. Esta microcredencial, titulada “Microcredencial Universitaria en Gestión y Comercialización en la Industria Vitivinícola”, se imparte en el campus de Ponferrada, con una carga académica de 10 ECTS y bajo la modalidad presencial.

2 Iniciativas no formales

La CINE-2011 define la educación no formal como un tipo de formación que no está estructurada de manera continua y que sirve como una alternativa o complemento a la educación formal. Es institucionalizada, intencionada y organizada por proveedores educativos y su objetivo es garantizar el derecho a la educación para todas las personas a lo largo de su vida.

A diferencia de la educación formal, la no formal no sigue necesariamente una trayectoria continua y puede ser de corta duración e intensidad. Por lo general, se presenta en forma de cursos breves, seminarios o talleres. Aunque puede abarcar a todos los grupos de edad, no conduce a certificaciones oficialmente reconocidas por las autoridades nacionales y, en algunos casos, no otorga ninguna certificación (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2013).

La educación no formal se relaciona con la participación en asociaciones, especialmente en contextos rurales, donde las mujeres encuentran un espacio propicio para el aprendizaje y el impulso de sus proyectos. Además, diversos programas y acciones se implementan con el objetivo de mejorar la situación de la mujer emprendedora en el medio rural. Estos programas, como veremos más adelante, pueden incluir talleres prácticos, mentoría, acceso a recursos financieros y apoyo en la gestión empresarial. Este tipo de educación, en el medio rural, actúa como un vehículo clave para capacitar a las mujeres en habilidades emprendedoras, fomentar la confianza y ofrecer las herramientas necesarias para superar los desafíos que puedan encontrarse en su camino hacia el emprendimiento (Sánchez-Muros & Jiménez Rodrigo, 2013).

2.1 Participación en organizaciones y asociaciones

Las asociaciones de mujeres en el medio rural desempeñan un papel fundamental en la lucha contra la desigualdad de género, el empoderamiento de la mujer y en la promoción del desarrollo rural sostenible (Franco Rebollar et al., 2005). En muchas zonas rurales, las mujeres se enfrentan una serie de desafíos únicos en comparación con las mujeres que viven en áreas urbanas. Así, las agrupaciones de mujeres pueden proporcionar un espacio seguro para que discutan sus preocupaciones, así como para compartir conocimientos y habilidades. Además, pueden ayudar a empoderar a las mujeres en la toma de decisiones, a acceder a recursos para iniciar y administrar nuevos proyectos, aumentar su participación en la vida pública y política y promover la conservación del medio ambiente en las comunidades rurales (Castro & Díaz-García, 2020).

- Asociación de Familias y Mujeres del medio Rural (AFAMMER)

Como organización pionera en España, AFAMMER se constituyó en 1982 con el objetivo de ayudar a que las mujeres rurales dejen de ser invisibles y hacer oír su voz en todos los foros nacionales e internacionales para abordar la cuestión de la igualdad real de oportunidades. Está formada por más de 180.000 socias y tiene presencia en la totalidad de las Comunidades Autónomas que componen el país. Forma parte de diversos organismos internacionales tales como el Departamento de Comunicación Global de la ONU, el Consejo Federal Español del

Movimiento Europeo (CFEME), el Movimiento Mundial de Madres (MMM) o el Lobby Europeo de Mujeres de España (LEM-ESPAÑA).

Además, en 2009, se constituyeron como Confederación Nacional de Confederación Nacional de Federación y Asociaciones de Familias y Mujeres del Medio Rural, jugando un papel esencial en momentos muy significativos para las mujeres rurales españolas: participó en la IV Conferencia Mundial de la Mujer celebrada en Pekín en 1995; colaboró en la elaboración de la primera Carta de Igualdad para las Mujeres Rurales en España; participó en la modificación de la legislación en materia de becas en 1996; colaboró en hacer posible el acceso de las mujeres rurales a la cotización de la Seguridad Social en 2003; y participó en la elaboración de la Ley de Desarrollo Rural y el Real Decreto de la Titularidad Compartida, entre otros eventos.

Entre las actividades más significativas de AFAMMER se encuentran:

- a) Formación “a la carta” en respuesta a las necesidades que presentan las mujeres de cada zona rural de España.
- b) Jornadas formativas sobre economía social, cooperativismo y autoempleo; nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación; temas de actualidad y de interés para las mujeres rurales, tales como la titularidad compartida, el autoempleo, el desarrollo sostenible, la lucha contra la despoblación o el empleo femenino.
- c) Prevención de la Violencia de Género.
- d) Temas de interés para familias rurales: prevención de adicciones y drogodependencias, asociacionismo familiar rural, ayudas a familias, recursos en zonas rurales, etc.

Asimismo, AFAMMER lleva a cabo otros proyectos de interés entre los que destacan: proyectos de formación on-line y presencial, proyectos de promoción de la mujer rural, programas destinados a familias rurales y proyectos dirigidos a la promoción, el empleo y el autoempleo (AFAMMER, 2023).

- Confederación de Mujeres del Mundo Rural (CERES)

La Confederación de Mujeres del Medio Rural fue fundada en 1997 como resultado de la necesidad detectada entre un grupo de mujeres agricultoras y ganaderas que reclamaban los derechos profesionales de las mujeres campesinas para cubrir las demás necesidades y expectativas como mujeres que viven y se desarrollan en áreas rurales. Su objetivo principal es lograr una verdadera igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Las actividades que se desarrollan

en cada comunidad autónoma se complementan en diferentes perspectivas para ir introduciendo cambios encaminados a la incorporación de los derechos de las mujeres (CERES, 2023).

- Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR)

FADEMUR es una organización que lucha por alcanzar la igualdad y el progreso de las mujeres que viven y trabajan en el medio rural. Algunos de los objetivos que se proponen son los siguientes:

- a) Desarrollar acciones formativas (presenciales, online, formación para el empleo, etc.) que permitan a las mujeres rurales mejorar tanto su cualificación laboral y profesional, como mejorar sus condiciones de vida y su adaptación sociolaboral a las transformaciones que se están produciendo en el medio rural.
- b) Apoyar a las administraciones públicas y/o entidades privadas dedicadas a la formación en la implementación de procesos de reconocimiento y acreditación de competencias de la formación profesional para el empleo y la experiencia y formación no formal.
- c) Promover la participación de las mujeres rurales en la vida política, económica, cultural y social del medio rural.
- d) Fomentar y apoyar las iniciativas emprendedoras de las mujeres rurales.
- e) Sensibilizar y concienciar en cuanto a las desigualdades de género y las consecuencias que producen sobre las mujeres y la infancia.
- f) Promover el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- g) Representar internacionalmente los intereses de las mujeres que viven y trabajan en el medio rural en España.

FADEMUR lleva a cabo numerosos programas entre los que destacan: 1) el programa Cultivando la Igualdad destinado a la formación y la sensibilización de las mujeres rurales; 2) el programa Lanzadera de Emprendimientos Rurales, que proporciona formación y mentorización a los y las emprendedoras para que sus proyectos crezcan a la vez que contribuyen al crecimiento de sus pueblos; 3) el programa Cuidándonos para un Futuro Mejor, destinado a las personas mayores para evitar las situaciones de dependencia y la sobrecarga de cuidados correspondiente que suele ser asumida por las mujeres rurales; 4) y Redmur, un proyecto que pretende favorecer la incorporación de las mujeres rurales (FADEMUR, 2023).

- Federación de mujeres y familias del ámbito rural (AMFAR)

AMFAR es una federación de mujeres rurales a nivel nacional, que nació en Ciudad Real en el año 1991. Actualmente son más de 90.000 afiliadas las que luchan por conseguir los siguientes objetivos:

- a) Representar y defender los derechos de las mujeres rurales
- b) Garantizar la igualdad de oportunidades
- c) Contribuir a su formación profesional, técnica y cultural
- d) Fomentar el emprendimiento femenino en las zonas rurales
- e) Luchar contra la violencia de género
- f) Asegurar el bienestar social y la calidad de vida
- g) Reducir la brecha digital e impulsar el uso de las nuevas tecnologías en el medio rural
- h) Apaciguar la despoblación
- i) Situar a las mujeres rurales en el centro del desarrollo sostenible

Entre las actividades más destacadas que se llevan a cabo desde AMFAR destaca el Programa Pluriregional de formación dirigido a mujeres rurales; el Rincón de la Mujer Rural Emprendedora, donde se ofrecen entrevistas, ayudas y normativa de interés para mujeres rurales emprendedoras; y la Mesa de la Despoblación, destinada a diseñar medidas que frenen la despoblación y que tengan como eje central a las mujeres rurales emprendedoras (AMFAR, 2023).

2.2 Iniciativas y programas implementados para mejorar la situación de la mujer rural en Castilla y León

En este apartado se abordan algunas de las iniciativas y programas adoptados en Castilla y León para fomentar el bienestar de las mujeres que viven en el medio rural. Algunas llevadas a cabo en la región son las siguientes:

- a) Iniciativa Social de Mujeres Rurales (ISMUR)

Esta iniciativa se construye como una Federación de Asociaciones de ámbito regional, cuyo objetivo es la defensa de los intereses de las mujeres que viven y trabajan en el medio rural. Algunos de las finalidades que se pretenden conseguir con esta iniciativa son las siguientes: 1) defender y promocionar a la mujer rural; 2) fomentar la igualdad de oportunidades; 3) formar a las mujeres rurales; 4) analizar la situación económica, profesional y social de la mujer rural; y 5) colaborar con otras organizaciones españolas y extranjeras afines a la temática de mujer rural (Unión de Campesinos Castilla y León, 2023).

b) Programa de apoyo a mujeres en los ámbitos rural y urbano (MUR)

MUR es un programa de subvenciones que tienen por finalidad la financiación de proyectos basados en itinerarios que integran acciones de orientación profesional, acciones integración sociolaboral, acciones de formación para el empleo y acciones para la inserción laboral. Está dirigido a mujeres trabajadoras desempleadas que residen, preferentemente, en municipios de menos de 5.000 habitantes, con el fin de mejorar su cualificación profesional y su inserción laboral (Boletín Oficial del Estado, núm. 248, de 16 de octubre de 2021).

c) Red de Igualdad de Mujer Rural de Castilla y León

La Red de Igualdad de Mujer Rural es una iniciativa impulsada por el gobierno autonómico de Castilla y León, en colaboración con las Consejerías de Familia e Igualdad de Oportunidades, la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural y las siete federaciones más representativas de las mujeres rurales en Castilla y León: AMFAR, CERES, FADEMUR, ISMUR, FEMUR, AFAMMER y la Federación de Asociaciones de Mujeres de la Comarca de Peñaranda.

Los miembros de la red trabajan conjuntamente para definir estrategias encaminadas a impulsar la participación femenina en el medio rural de Castilla y León, poniendo el foco en las nuevas tecnologías para que las mujeres puedan desarrollar proyectos de formación, emprendimiento, empleo, personales y familiares desde sus pueblos. Además, se llevan a cabo proyectos dirigidos a la prevención de violencia de género en el medio rural (Junta de Castilla y León, 2023c).

d) Premio “Emprendedoras Castilla y León Rural”

Procedimiento dirigido al reconocimiento de las mejores ideas de proyectos de emprendimiento y de mejora de empresa de las mujeres en el medio rural de Castilla y León. El objetivo principal de esta actividad es contribuir al desarrollo del emprendimiento y el autoempleo femenino con el fin de incrementar la actividad económica en el medio rural. Comprende dos categorías: 1) Idea emprendedora rural”; y 2) Idea de mejora de empresa rural. Dentro de cada categoría, existen otras dos subcategorías: 1) Municipios de menos de 8.000 habitantes; y 2) Municipios desde 8.000 a 20.000 habitantes (Junta de Castilla y León, 2018).

e) «Bono Concilia» a las familias de Castilla y León para la conciliación de la vida personal, familiar y laboral en el cuidado de menores de 0 a 3 años

Convocatoria dirigida a las familias en las que ambos progenitores trabajen y tengan menores entre 0 y 3 años con el fin de contribuir a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral (Junta de Castilla y León, 2023b).

3 El aprendizaje informal

En la Recomendación del Consejo de 16 de junio de 2022 relativa a un enfoque europeo de las microcredenciales para el aprendizaje permanente y la empleabilidad se define el aprendizaje informal como “cualquier aprendizaje derivado de las actividades y experiencias de la vida cotidiana que no esté organizado o estructurado en términos de objetivos, tiempo o apoyo al aprendizaje. Puede ser no intencionado desde el punto de vista de la persona que está aprendiendo” (p. 13). Según la CINE-2011, este tipo de aprendizaje se lleva a cabo en entornos diversos como el hogar, el lugar de trabajo, centros comunitarios o como parte de las actividades diarias. Puede ser autodirigido o dirigido por la familia o la comunidad, lo que añade un componente flexible y adaptativo a su naturaleza (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2013).

En el sector vitivinícola, se destaca que la educación formal y no formal no constituye la única vía de acceso. Experiencias laborales en diversos sectores, la capacitación específica en el trabajo y la transmisión intergeneracional de conocimientos en las familias también pueden desempeñar un papel crucial para dedicarse a este sector (Robredo Valgañón et al., 2022).

Hace más de tres décadas, Abraham Paín (1992) argumentó en su obra *La educación informal: el potencial educativo en las situaciones cotidianas* que este tipo de aprendizaje representaba una fuente esencial y que los familiares y personas del entorno cotidiano tienen un impacto significativo en la educación de una persona. El aprendizaje informal, según Paín, ofrece una experiencia más práctica y significativa, cultivando habilidades como la creatividad, la resolución de problemas y el pensamiento crítico.

A pesar de la valiosa contribución de la educación formal, como la proporcionada en las universidades, para comprender los aspectos técnicos del sector vitivinícola, existen numerosas otras vías para adquirir conocimientos en este sector. Las personas pueden sumergirse en la cultura del vino a través de eventos y otras actividades, como catas de vino, visitas a bodegas o ferias especializadas. En este contexto, el aprendizaje informal se revela como una herramienta vital para enriquecer los sistemas de aprendizaje en el ámbito vitivinícola (Organización Internacional del Trabajo, 2012). Este enfoque no solo complementa la educación formal, sino que también fomenta una comprensión más completa y práctica del sector, fortaleciendo así las habilidades y el conocimiento de quienes buscan adentrarse en el mundo del vino.

4 La Certificación Profesional

Según la CINE-2011, las autoridades nacionales competentes “pueden reconocer las certificaciones otorgadas por programas no formales de educación, o validar las destrezas obtenidas a través del aprendizaje informal, como equivalentes a certificaciones de la educación formal” (p. 22).

Los Certificados Profesionales son títulos oficiales expedidos por el Ministerio de Educación y Formación Profesional o en su caso, por las CCAA, que acreditan las competencias profesionales adquiridas. Dichas competencias hacen referencia a las cualificaciones del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y pueden ser acreditadas parcialmente. Se pueden obtener por diferentes vías:

- Formación oficial

Se puede obtener un Certificado Profesional completando la formación en centros acreditados y superando todos sus módulos.

- Acreditación de competencias

La acreditación de competencias es el procedimiento mediante el cual una persona obtiene una certificación oficial de sus competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o la educación no formal, tras ser evaluadas. Este proceso permite validar unidades de competencias que forman parte de un Título de Formación Profesional o un Certificado Profesional. Pueden acreditar sus competencias las personas que: 1) abandonaron sus estudios para incorporarse al mundo laboral y aprendieron una profesión en su puesto de trabajo; 2) han realizado actividades no remuneradas que le han permitido adquirir competencias del mundo laboral; y 3) se han formado por vías no formales. Por ejemplo, cursos organizados por instituciones públicas, ONG o entidades privadas (Ministerio de Educación y Formación Profesional, 2023).

La Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional tiene como finalidad regular un sistema de formación y ayuda profesional que fortalezca y haga más competitiva y sostenible la economía española. Este sistema debe adaptarse a los intereses, las expectativas y las aspiraciones de las personas en cuanto a la cualificación profesional a lo largo de toda su vida, así como a las competencias demandadas por las nuevas necesidades de producción, con el fin de mejorar la productividad y generar empleos. Se entiende por Cualificación Profesional el conjunto de competencias que son necesarias para el desempeño de una actividad profesional, y que se pueden adquirir mediante la formación o la experiencia

laboral. Estas competencias se organizan en unidades de competencia, definiéndose como el conjunto mínimo de competencias profesionales que se pueden reconocer y acreditar de manera parcial. Cada unidad de competencia está asociada a un módulo formativo o profesional, que describe la formación necesaria para obtener esa unidad de competencia. Varias unidades de competencia se combinan para formar una cualificación profesional, que es el marco de referencia para desarrollar programas de formación que llevan a la obtención de Títulos de Formación Profesional o Certificados de Profesionalidad (Ministerio de Educación y Formación Profesional, 2023). En base al mundo del vino, analizando el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, se pueden destacar las cualificaciones acreditables que podemos ver en la Tabla 24.

Tabla 24. Relación de las cualificaciones que pueden ser certificadas mediante el proceso de acreditación de competencias en el mundo del vino

Familia profesional	Cualificación	Código
Administración y gestión	Operaciones auxiliares de servicios administrativos	ADG3051
	Actividades de gestión administrativa	ADG 3082
	Creación de recursos humanos	ADG0843
	Creación y gestión de microempresas	ADG5443
Comercio y marketing	Actividades de venta	COM0852
	Marketing y compraventa	COM3163
	Atención al cliente, consumidor y usuario	COM0873
Industrias alimentarias	Operaciones auxiliares de elaboración en la industria alimentaria	INA1721
	Elaboración de vinos y licores	INA1742
	Enotecnia	INA0163
	Industrias derivadas de la uva y el vino	INA2403
Agraria	Actividades auxiliares en agricultura	AGA1631
	Agricultura ecológica	AGA2252

Fuente: Elaboración propia a partir de Aviña Solares et al. (2017)

5 Síntesis del capítulo

En este capítulo se ha explorado detalladamente la importancia de la educación formal como un componente esencial para el desarrollo de una carrera en el sector vitivinícola. Sin embargo, se destaca la necesidad de reconocer que la formación académica no es la única vía de acceso. A pesar de la importancia de la educación formal, es crucial señalar que, en la mayoría de las titulaciones impartidas en este contexto, la formación emprendedora no está debidamente integrada.

Se han examinado las diversas modalidades educativas, incluyendo la educación no formal e informal como elementos complementarios y enriquecedores. La educación no formal, vinculada a la participación en organizaciones y asociaciones y a la formación que reciben en ella, se revela como una vía valiosa para adquirir habilidades y conocimientos específicos del sector vitivinícola.

Además, se ha subrayado la importancia de la educación informal, destacando que la tradición familiar, las experiencias en eventos como catas de vino, visitas a bodegas y la participación en ferias contribuyen significativamente al aprendizaje en este campo. Cabe mencionar que la certificación profesional también entra en juego como un mecanismo clave para acreditar y validar el aprendizaje adquirido de manera informal.

La síntesis del capítulo resalta la idea de que, a pesar de que la educación formal proporciona una base sólida, la combinación estratégica de la educación no formal e informal, junto con la experiencia laboral, se configura como un enfoque integral para destacar en el mundo del vino, especialmente ante la carencia generalizada de formación emprendedora en las titulaciones académicas convencionales.

PARTE III
MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO 7

Diseño de la metodología de investigación

En el presente capítulo se aborda la tercera parte de esta tesis. Esta se basa en la fundamentación previamente expuesta y que ha servido de inspiración para trazar la metodología de investigación con el fin de alcanzar los objetivos definidos.

Se detalla el enfoque metodológico utilizado, justificando la elección de cada técnica e instrumento de investigación empleado en la recopilación de los datos, los cuales han sido esenciales para el logro de los objetivos y la respuesta a las preguntas de investigación previamente establecidas.

En este capítulo se indican las diferentes fases de la tesis que se corresponden con el uso de cada una de las técnicas de investigación. Se proporciona una visión clara de los procedimientos implementados para garantizar la validez y confiabilidad de los datos recopilados. Asimismo, se describe la delimitación de la población y la muestra base del estudio, proceso que ha ayudado a determinar la muestra participante en cada una de las fases de investigación.

Esta parte de la tesis se presenta como un componente esencial para comprender el proceso de investigación y la base sobre la cual se sustentan los hallazgos y conclusiones que se presentarán en capítulos posteriores

1 Objetivos y preguntas de investigación

Antes de abordar el diseño metodológico, resulta pertinente recordar los objetivos del estudio. En este sentido, es fundamental mencionar que el propósito general de esta tesis doctoral es diseñar una propuesta formativa que tenga como finalidad fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural de Castilla y León.

En la Tabla 25 se establece la conexión entre los objetivos específicos que perseguimos y las preguntas de investigación correspondientes.

Tabla 25. Asociación de los objetivos específicos y las preguntas de investigación

Objetivos específicos	Preguntas de investigación
Analizar el emprendimiento femenino en las comarcas vitivinícolas de Castilla y León. Identificar el número de mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola.	¿Cuántas mujeres han emprendido en el sector vitivinícola de Castilla y León?
Caracterizar los diferentes perfiles de la mujer emprendedora en el medio rural.	¿Qué características tienen las mujeres emprendedoras en el medio rural?
Diagnosticar las razones que llevan a la mujer rural a emprender, así como las dificultades que pueden encontrar durante dicha trayectoria.	¿Qué necesidades tienen y/o han tenido las mujeres que han emprendido en el medio rural castellanoleonés? ¿Qué obstáculos han afrontado estas mujeres para emprender?
Comparar las competencias que tienen las mujeres identificadas con aquellas propuestas en el Marco Europeo de la Competencia Emprendedora (EntreComp) y otros marcos analizados.	¿Qué importancia tiene EntreComp y otros marcos de competencias emprendedoras? ¿Qué competencias presentan las mujeres emprendedoras?
Explicar las estrategias necesarias para la capacitación y el fomento del emprendimiento de las mujeres en el medio rural	¿Qué oportunidades tienen las mujeres en el medio rural para emprender en el sector vitivinícola?

Fuente: elaboración propia

2 Enfoque metodológico de la investigación

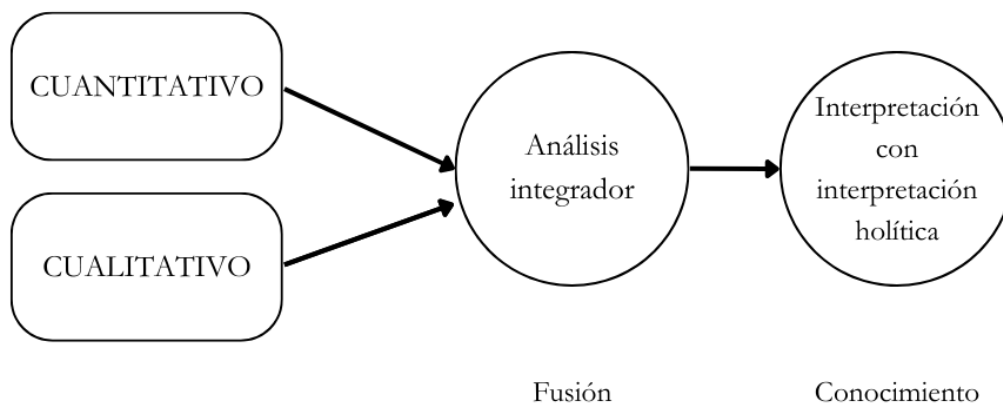
El planteamiento metodológico de esta investigación está orientado por la tradición de los métodos mixtos. Diversos autores han planteado la necesidad de abordar la investigación mediante el uso combinado de métodos cualitativos y cuantitativos (Fetters & Molina-Azorin, 2017; Núñez Moscoso, 2017, Pereira Perez, 2011). Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018) definen esta metodología como un “conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias entre toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno” (p.610). En esta línea, para Johnson & Onwuegbuzie (2004), la

investigación mixta es un conjunto donde se mezclan técnicas de investigación, métodos, conceptos o lenguaje de los enfoques cuantitativo y cualitativo en un solo estudio.

Existen diversas teorías para conceptualizar los métodos mixtos. Teniendo en cuenta la naturaleza de este estudio se ha considerado la Trilogía de Integración propuesta en el *Journal of Mixed Methods*, la cual concibe el proceso de investigación como una conceptualización global en la que los investigadores pueden mezclar datos de diferente naturaleza (Fetters & Molina-Azorin, 2017). Chen (2006) defiende la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio, señalando que “estos pueden ir combinados de tal manera que ambos enfoques conserven sus estructuras y procedimientos originales, o bien, puedan ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación” (p. 9).

En este sentido, nuestra propuesta está alineada con un enfoque mixto convergente (Edmonds & Kennedy, 2017), subrayando que en este tipo de diseños se parte de preguntas de investigación globales. La recogida de datos cuantitativos y cualitativos se realizan de forma simultánea y paralela para fusionar las fases y los resultados obtenidos se fusionan para su interpretación (véase Figura 20) (Bagur Pons et al., 2021).

Figura 20. Diseño mixto convergente



Fuente: adaptado de Bagur Pons et al. (2021)

El modelo de investigación que se propone está formado por cuatro etapas, en las que cada acción no solo sirve para obtener la información solicitada, sino que también permite concretar los instrumentos y métodos utilizados en las siguientes. En la primera etapa, se lleva a cabo la delimitación de la población y la muestra del estudio, estableciendo el marco inicial para la investigación. La segunda etapa implica la administración de un cuestionario diseñado para recopilar datos cuantitativos significativos. Posteriormente, en la tercera etapa, se lleva a cabo un enfoque más cualitativo a través de entrevistas biográficas. Por último, la cuarta etapa se centra en

la realización de un grupo focal, enriqueciendo la comprensión global del tema de estudio. Este enfoque convergente no solo asegura la obtención de datos de manera integral, sino que también fortalece la coherencia metodológica a lo largo de todo el proceso de investigación.

3 Delimitación de la población y la muestra del estudio

El objetivo de esta primera etapa es dar respuesta a la primera pregunta propuesta en el estudio: ¿cuántas mujeres han emprendido en el sector vitivinícola de Castilla y León? Para responder a esta pregunta debemos tener en cuenta que este sector es muy diverso, con muchos roles diferentes para las mujeres. Esto incluye desde las enólogas y las viticultoras, hasta las especialistas en marketing, ventas y demás. Para determinar el número exacto de mujeres que han emprendido en el sector, la premisa principal era que las seleccionadas debían ser las encargadas de dirigir una bodega. De esta manera, se ha realizado una investigación exhaustiva de todas las bodegas presentes en la región. Para esta fase se ha utilizado el programa Access® de Microsoft como gestor de la base de datos.

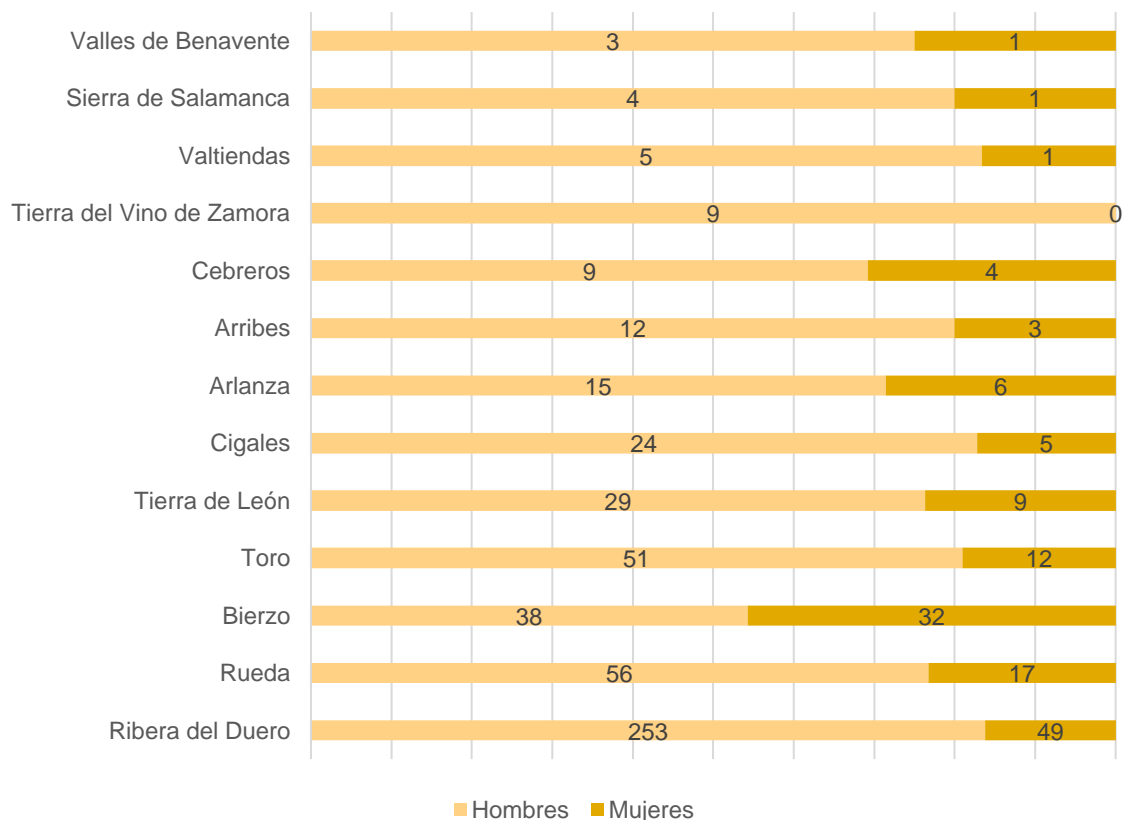
Según los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE), en el año 2020 había 4.133 bodegas en España, siendo Castilla y León la Comunidad Autónoma con un mayor número de ellas. Esta cantidad se refiere a empresas cuya actividad principal corresponde al código CNAE 1102 “elaboración de vinos”.

A nivel regional se hizo una recopilación estadística de las bodegas adscritas a cada una de las trece D.O. castellanoleonesas. Esta información fue obtenida a través de los repositorios de cada D.O. Esto nos permitió identificar y delimitar una población del estudio correspondiente a 649 bodegas.

Una vez recopiladas todas las bodegas adscritas a todas las D.O. se seleccionaron a aquellas que estaban dirigidas por mujeres, encontrando un total de 140 bodegas con estas características (véase Gráfico 3). Los resultados de esta fase permitieron identificar el conjunto de mujeres que constituyen la muestra inicial y que, posteriormente, fueron las invitadas a participar en las siguientes etapas de la investigación.

Es crucial destacar que, si bien estas 140 mujeres constituyen la población de referencia, la naturaleza multifacética de la investigación requiere el uso de diversas técnicas e instrumentos de recopilación de datos. Por lo tanto, la muestra productora de datos para cada instrumento no es uniforme y ha sido delimitada nuevamente de manera específica. Cada técnica e instrumento aplicado en las diversas etapas del estudio exige una delimitación precisa de la muestra, asegurando así la representatividad y validez de los resultados obtenidos.

Gráfico 3. Delimitación de la unidad de estudio



Fuente: elaboración propia

4 Técnicas de investigación empleadas

Para el desarrollo del proceso investigador, dentro del marco de la metodología anteriormente descrita, se han utilizado tres técnicas de investigación para la recogida de datos: El cuestionario, el método biográfico a través de entrevistas biográficas y el grupo focal. La aplicación de estas técnicas se ha guiado por el diseño mixto convergente, buscando la concentración de los diversos métodos. Esto ha implicado la recolección simultánea de datos cuantitativos y cualitativos, lo que nos ha permitido comparar y contrastar los resultados derivados de cada técnica con el fin de validar y fortalecer los hallazgos a través de la consistencia en las tendencias identificadas.

4.1 El cuestionario

El empleo de cuestionarios suele asociarse a enfoques y diseños de investigación cuantitativos. Son varias las razones por las que se decidió utilizar este tipo de técnica: 1) nos sirve para contrastar

los puntos de vista obtenidos mediante las otras técnicas utilizadas; 2) su análisis nos proporciona datos estadísticos que nos pretenden acercar desde los resultados obtenidos por la muestra a un punto de referencia más amplio (población); y 3) favorece a formas de conocimiento lógico e ideográfico (Rodríguez Gómez et al., 2005).

El cuestionario nos ha permitido recoger las experiencias de las mujeres rurales emprendedoras con preguntas tanto cerradas como abiertas, con la intención de recopilar la mayor cantidad de información posible.

4.1.1 Validación del instrumento

Para que el cuestionario tuviera validez y midiera lo que se deseaba se siguieron los siguientes pasos clave:

- 1) Revisión de la literatura existente para asegurar que las preguntas del cuestionario fueran relevantes y estuvieran respaldadas por investigaciones previas.
- 2) Revisión por expertos: una vez que se redactaron las preguntas del cuestionario se sometieron a dos revisiones para identificar problemas en el diseño del cuestionario, la claridad y la secuencia de las preguntas y la validez de las respuestas. Para esto se contó con nueve expertos en la primera revisión y ocho en la segunda. Una vez validado por los expertos se calculó el coeficiente de confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach, dando lugar a 0,96.
- 3) Prueba piloto: una vez realizada las revisiones por los expertos en la materia, se facilitó el cuestionario a dos mujeres rurales. Esto permitió identificar los problemas que pudieran surgir durante la administración del cuestionario, así como evaluar la claridad de las preguntas.

Siguiendo los pasos mencionados anteriormente, se pudo asegurar que las preguntas del cuestionario eran claras, precisas y pertinentes y que las respuestas proporcionadas eran válidas para el tema de investigación.

4.1.2 Muestra participante

La muestra participante de esta etapa de la investigación se compone de 100 mujeres que son propietarias de bodegas y viñedo. En primer lugar, se utilizó la siguiente fórmula del tamaño muestral para calcular el número de mujeres que debían participar para que la muestra fuera representativa. El resultado se obtuvo teniendo en cuenta la población de 140 mujeres que dirigen

bodegas, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%, lo que resultó en una muestra de 95 mujeres.

$$n = \frac{Nz^2pq}{e^2(N - 1) + zpq}$$

Las mujeres que fueron seleccionadas mediante un muestreo aleatorio simple, ya que la muestra se fue obteniendo conforme fueron aceptando su participación, asegurándonos que las participantes fueran de diferentes regiones, tuvieran distintos niveles educativos, experiencia y sus bodegas estuvieran adscritas a diferentes D.O. de Castilla y León.

4.1.3 Procedimiento e instrumento

El procedimiento de esta etapa de la recogida de los datos se realizó mediante la administración de un cuestionario a las mujeres que conforman la muestra. El proceso de recopilación de datos comenzó con el contacto con las mujeres mediante la presentación del estudio por correo electrónico (véase Apéndice 1), dípticos, asistencia a ferias, charlas y conferencias (véase Apéndice 3).

Una vez que se estableció el contacto con las mujeres de la muestra y se les explicó el objetivo de la investigación, se les administró el cuestionario tanto de manera presencial como virtual. El cuestionario se diseñó concretamente para la investigación y se dividió en secciones que abordaban los diferentes contenidos relacionados con el emprendimiento femenino. Las secciones que formaron el cuestionario son las siguientes:

- Sección I: Identificación
- Sección II: Datos biográficos
- Sección III: Rasgos de personalidad
- Sección IV: Formación
- Sección V: Competencias emprendedoras
- Sección VI: Habilidades
- Sección VII: Necesidades de las mujeres rurales emprendedoras

Se utilizó un enfoque de preguntas cerradas para obtener una amplia variedad de información y perspectivas. Además, se tuvo en cuenta la duración del cuestionario para no sobrepasar el tiempo de atención y disposición de las participantes.

4.1.4 Descripción de las variables de estudio

Las variables se dividieron en dos categorías principales: independientes y dependientes:

a) Variables independientes

Las variables independientes comprenden aspectos relacionados con la identificación de las participantes, sus datos biográficos y su formación.

▪ Identificación

Esta sección incluye variables básicas de identificación como si la participante es propietaria de viñedo, bodega y/o ambos o el sello de calidad al que pertenece su bodega y viñedo. El objetivo de esta sección es ubicar a las mujeres rurales emprendedoras participantes en el estudio.

▪ Datos biográficos

En esta sección se incluyen variables independientes sobre el origen y la historia de las mujeres emprendedoras, tales como su lugar de nacimiento, la edad o si tienen hijos.

▪ Formación

En esta sección se incluyen variables sobre la formación académica y profesional de las mujeres rurales emprendedoras diferenciándolas en educación formal, no formal e informal.

b) Variables dependientes

Por otro lado, las variables dependientes se enfocan en los rasgos de personalidad, las competencias, las habilidades y las necesidades de las mujeres emprendedoras.

▪ Rasgos de personalidad

Esta sección se centra en los rasgos de personalidad. Incluye variables relacionadas con la creatividad, la resiliencia, la persistencia, la iniciativa o el optimismo.

▪ Competencias emprendedoras

En esta sección se analizan las competencias emprendedoras y se incluyen como variables la capacidad de enfrentar a la incertidumbre, orientarse al objetivo, perseverar en la tarea, planificar las acciones, entre otras.

▪ Habilidades

En esta sección se incluyen las habilidades específicas que pueden tener las mujeres emprendedoras, y se clasifican de la siguiente manera:

- Lingüística: habilidad en el lenguaje oral, escrito o gestual.

- Lógico-matemática: habilidad para razonar de manera lógica y resolver problemas.
- Interpersonal: habilidad para interactuar con los demás de manera eficiente. Ser capaz de entender, empatizar y comunicarse apropiadamente.
- Creativa: fluidez, flexibilidad y originalidad para abordar diferentes situaciones y producir ideas.
- Musical: habilidad para reconocer y componer tonos y ritmos musicales con talento.
- Colaborativa: habilidad para elegir la mejor opción para alcanzar una determinada meta trabajando en equipo.
- Existencial: habilidad para situarse a sí mismo con respecto al cosmos y los rasgos existenciales de la condición humana.
- Corporal: habilidad para utilizar el propio cuerpo y la coordinación de movimientos.
- Intrapersonal: habilidad para entenderse así mismo, pensamientos y emociones, así como para regular su propio comportamiento.
- Emocional: habilidades de autoconocimiento, autocontrol emocional, automotivación, empatía y habilidades sociales.
- Espacial: habilidad para el razonamiento espacial, la imaginación, la observación del mundo desde diferentes perspectivas.
- Naturalista: habilidad para distinguir, ordenar, clasificar, comprender y utilizar elementos del medio ambiente (objetivos, animales o plantas).
- Necesidades de las mujeres emprendedoras

En esta sección incluyen como variables las necesidades propuestas por Abraham Maslow: biológicas, seguridad, pertenencia, reconocimiento y autorrealización.

4.2 Entrevistas biográficas y relatos de vida

El método biográfico es una estrategia de investigación que permite plantear una forma diferente de construir conocimiento, ya que de acuerdo con Connelly & Clandinin (1995) “la narrativa está basada en la experiencia vivida y en las cualidades de la vida” (p.16). Los mismos autores señalan que “la razón principal para el uso de la narrativa en la investigación educativa es que los seres humanos somos organismos contadores de historias, organismos que, individual o socialmente, vivimos vidas relatadas. El estudio de la narrativa, por tanto, es el estudio de la forma en que los seres humanos experimentamos el mundo” (p. 11). El método biográfico permite adentrarnos en cuestiones no reconocidas por la investigación cuantitativa: la experiencia vivida, la subjetividad de

los individuos, su memoria, recuerdos, emociones, el tiempo y los significados construidos (Landín Miranda & Sánchez Trejo, 2019).

El origen del método narrativo-biográfico se suele señalar con la obra de Thomas y Znaniecki (1927) *The Polish Peasant*, a partir de la cual se empezó a utilizar el término “historia de vida” o *life history*. En los años 70, se introdujo en Francia la expresión “relato de vida”, ya que el término anterior tenía el inconveniente de no distinguir entre la historia vivida por una persona y el relato que ella podría hacer de esa historia (Bertaux & González González, 2005). En este sentido, Pujadas Muñoz (2002) diferenció también entre estos dos términos, refiriéndose al relato de vida como la historia de una vida tal y como la persona que la ha vivido la cuenta; y a la historia de vida, como el estudio de caso referido a una persona dada, comprendiendo no sólo su relato de vida, sino cualquier otro tipo de información o documentación adicional que permita la reconstrucción de la forma más objetiva y exhaustiva posible. Según esto, ¿cuál sería el recurso más adecuado para conseguir los objetivos planteados en esta investigación? Para responder a esta pregunta se han seguido las indicaciones de Bertaux & González González (2005) y se ha utilizado el relato de vida como técnica cualitativa para analizar el emprendimiento de las mujeres rurales. Partimos de la necesidad de orientar los relatos de vida hacia los relatos de prácticas por parte de los sujetos: “el relato de vida puede constituir un instrumento precioso de adquisición de conocimientos prácticos, con la condición de orientarlo hacia la descripción de experiencias vividas en primera persona y de contextos en los que esas experiencias se han desarrollado” (Bertaux & González González, 2005).

Según Bertaux & González González (2005), el uso del relato de vida desde una perspectiva etnosociológica proporciona una comprensión detallada y en profundidad de la vida de una persona en su contexto social y cultural. La perspectiva etnosociológica sostiene que las reglas que gobiernan a un grupo social grande también se aplican a los grupos más pequeños que lo componen. Si prestamos atención a uno o varios de estos grupos más pequeños y logramos entender cómo actúan, podemos entender cómo funciona una comunidad o un grupo social. Esto se logra al comparar y analizar varios relatos de vida, buscando patrones y datos que se repiten en los itinerarios biográficos de las personas.

Existen varios estudios que intentan comprender las experiencias de las mujeres rurales a través de sus relatos de vida (De Moraes, 2019; Dos Santos et al., 2022). En ellos se demuestra que es necesario contar con datos empíricos más descriptivos y adoptar un enfoque más abierto para comprender las historias de la vida humana (Sear, 2020). En este sentido, Bertaux & González González (2005) introduce el término diferencialidad de los relatos de vida, ya que las personas

situadas en un mismo nivel pueden desempeñar su papel y realizar las acciones de maneras muy diferentes porque su personalidad no es la misma. Cada persona presenta diferentes esquemas de percepción, de apreciación y de acción. De ahí la importancia de utilizar relatos de vida para analizar sus diferentes esquemas de conducta.

En esta línea, la entrevista biográfica es una técnica fundamental para recrear y comprender los relatos de vida de las mujeres. Se basa en la recopilación de información detallada sobre la vida de una persona a través de una conversación estructurada y reflexiva, cuyo objetivo es obtener una visión completa y contextualizada de la vida del sujeto, capturando experiencias, emociones, decisiones y eventos significativos a lo largo del tiempo (Muñiz Terra et al., 2018). Este tipo de entrevistas generalmente se lleva a cabo de manera abierta y flexible, permitiendo que la persona narre su historia de vida de manera libre, mientras que el entrevistador guía la conversación hacia áreas de interés específicas (Schettini & Cortazzo, 2016) .

4.2.1 Muestra participante

De las 140 mujeres propietarias de bodegas invitadas a participar en el estudio, 12 aceptaron participar y proporcionaron su relato de vida. Estas 12 mujeres fueron seleccionadas para la muestra de la parte del estudio en la que se trabajó con los relatos de vida, los que posteriormente se analizaron para comprender sus experiencias como emprendedoras en el sector. De ellas, siete narraron de manera más profunda su biografía, proporcionando una descripción detallada de su trayectoria laboral y personal, sus experiencias y los desafíos que han enfrentado a lo largo del tiempo. Por otro lado, cinco de las mujeres participantes proporcionaron relatos breves sobre su vida. Aunque estos relatos no fueron tan detallados como los de las primeras, fueron igualmente valiosos para el análisis del estudio y para comprender las experiencias comunes y desafíos que enfrentan las mujeres para emprender. La identificación de las mujeres que conforman la muestra se presenta en la Tabla 26.

Tabla 26. Muestra participante en las entrevistas biográficas

Relatos de vida	1) Alba (D.O. Ribera del Duero)
	2) Yara (D.O. Ribera del Duero)
	1) Teresa (D.O. Rueda)
	2) Liliana (D.O. Arribes)
	3) Esther (D.O. Cebreiros)
	4) Olga (D.O. El Bierzo)
	5) Victoria (D.O. Toro)
Otros relatos más breves	6) Paulina (D.O. Ribera del Duero)
	7) Belén (D.O. Ribera del Duero)
	8) Marta (D.O. Ribera del Duero)
	9) Isabel (D.O. Ribera del Duero)

10) Raquel (D.O. Rueda)

Fuente: elaboración propia

Cabe señalar que, aunque la muestra es pequeña, se consideró adecuada para este estudio, ya que el método biográfico implica un análisis profundo de cada caso y no busca generalizar los resultados a una población más amplia. Además, se tomó especial cuidado en la selección de las participantes para asegurar que la muestra incluyera mujeres de diferentes edades, niveles educativos y orígenes socioeconómicos.

4.2.2 Procedimiento e instrumentos

Los relatos de vida se construyeron de manera individual mediante: a) la observación y la adquisición de documentos, notas y fotografías para su posterior análisis y b) la entrevista biográfica donde cada participante narró sus experiencias de manera cronológica teniendo en cuenta determinados aspectos (datos demográficos, laborales, educativos, personales, etc.).

Las etapas que se han tenido en cuenta en el desarrollo de los relatos de vida son las siguientes:

- 1) Etapa inicial. Se elaboró un planteamiento teórico del trabajo, se justificó metodológicamente el porqué de la elección del método biográfico; se delimitó la muestra invitada; y se determinaron los criterios de análisis para establecer una estructura en las entrevistas.
- 2) Entrevista, registro, transcripción y elaboración de los relatos de vida. El objetivo de esta etapa fue recoger toda la información biográfica, siguiendo un guion orientativo de preguntas a realizar en la entrevista (véase Apéndice 4). Después, se recurrió al registro de las entrevistas a través de grabaciones para su posterior transcripción. Para ello, se utilizó un procesador de textos que nos permitió disponer del material transcrito para su análisis posterior. Antes de llevar a cabo las entrevistas, todas las participantes firmaron un documento de declaración de protección de datos. Este documento tiene como objetivo garantizar la confidencialidad y seguridad de la información proporcionada durante las entrevistas, así como su uso exclusivo para fines de investigación en el contexto de esta tesis doctoral (véase Apéndice 5). Cabe destacar que, a pesar de contar con el permiso para utilizar las historias de las participantes en el estudio, se decidió emplear nombres ficticios para reforzar aún más la seguridad de los datos y preservar la privacidad de las mujeres involucradas.

- 3) Análisis e interpretación. La herramienta que se utilizó para analizar los datos de naturaleza cualitativa fue ATLAS.ti® (Hecker, 2023) y para ello se siguieron los siguientes pasos:
- I. Análisis exploratorio de los datos. Antes de la recogida de datos se hizo un análisis exploratorio con el fin de comprender la naturaleza del contenido que se quería analizar conforme a los objetivos propuestos.
 - II. Construcción de un sistema de códigos. Teniendo en cuenta los objetivos propuestos, se realizó una combinación de varias acciones: Por un lado, se identificaron las dimensiones y/o unidades de análisis, se categorizaron, subcategorizaron y asignaron códigos a las categorías. Esta fase quedó distribuida de la siguiente manera (véase Apéndice 6):
 - Dimensión I. Categorías relacionadas con los datos demográficos.
 - Dimensión II. Categorías relacionadas con la educación y formación recibida.
 - Dimensión III. Categorías relacionadas con aspectos laborales.
 - Dimensión IV. Categorías relacionadas con los rasgos de personalidad.
 - Dimensión V. Categorías relacionadas con las competencias transversales.
 - Dimensión VI. Categorías relacionadas con las habilidades.
 - Dimensión VII. Categorías relacionadas con las necesidades de las mujeres emprendedoras.

Por otro lado, los relatos de vida de las emprendedoras fueron sometidos a un análisis desde una perspectiva competencial. Para llevar a cabo este análisis, se empleó un esquema para analizar competencias basado en la propuesta de Carro (2022), que representa una adaptación de la pirámide de Spencer & Spencer. Este esquema se caracteriza por considerar una amplia gama de aspectos relevantes para la comprensión de las competencias emprendedoras (véase Tabla 27). Dicho esquema incluye comportamientos, conocimientos, aptitudes, convicciones, valores, normas y actitudes, motivaciones, ambiciones, dedicaciones, rasgos de personalidad e inteligencia de las participantes. El objetivo principal era obtener una visión integral de las competencias que han permitido que estas mujeres emprendan.

De esta manera, el análisis se enfocó en la identificación de las competencias más relevantes en el emprendimiento, así como en la evaluación de su importancia y grado de dominio por parte de las emprendedoras analizadas. Todo esto con el fin de obtener una perspectiva multidimensional del emprendimiento, considerando la influencia de diversos factores en la adquisición y desarrollo de dichas competencias a lo largo de su

vida y establecer un marco de referencia para el desarrollo de la propuesta que se pretende elaborar con este estudio.

Tabla 27. Esquema para analizar una competencia

Comportamiento	Aquellas acciones que tienen los seres vivos en relación con el medio en el que se encuentran.
Conocimiento	Información acumulada sobre un determinado tema o asunto.
Convicciones, valores, normas, actitudes	Sistema de valores y creencias, con cierta estabilidad en el tiempo, de un individuo o grupo que se predispone a sentir y reaccionar de una manera determinada ante algunos estímulos
Motivaciones, ambiciones, dedicación, asiduidad	Componente psicológico que orienta, mantiene y determina la conducta de una persona
Rasgos de personalidad	Cada uno de los caracteres que distinguen y definen a las personas
Inteligencias	Capacidades de percibir o inferir información y retenerla como conocimiento para aplicarlo a comportamientos adaptativos dentro de un entorno o contexto

Fuente: Carro (2022)

- III. Consulta de los datos codificados y redacción del análisis Una vez se creó el sistema de códigos, se procedió a la consulta de los datos analizados para identificar las relaciones entre ellas. Se realizaron búsquedas de palabras clave y se extrajeron datos relacionados con los relacionados con los códigos establecidos

4.2.3 Criterios éticos y de rigor

El método biográfico es un enfoque cualitativo que se basa en la comprensión de la experiencia individual, demandando así un abordaje cuidadoso y reflexivo para asegurar la calidad y confiabilidad de los resultados. Durante todo el proceso de la indagación se pretendió realizar un trabajo de calidad que cumpla con los criterios éticos y de rigor propuestos por Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018): consentimiento informado, credibilidad, transferencia, dependencia, confirmación y relevancia (véase Tabla 28).

Tabla 28. Criterios éticos y de rigor del método biográfico

Criterios	Procedimientos
Consentimiento informado	- Tras explicar claramente los objetivos del estudio y los procedimientos que se llevarían a cabo, se obtuvo el consentimiento informado de las participantes que garantizaba la confidencialidad y privacidad de los datos obtenidos (ver Apéndice F).
Credibilidad	- Las participantes reconocen decir la verdad en sus relatos. - Observación continua durante las entrevistas.
Transferencia	- Descripción detallada del contexto y de los participantes. - Recogida exhaustiva de datos

Criterios	Procedimientos
Dependencia	<ul style="list-style-type: none"> - Triangulación con los resultados de otros instrumentos. - Empleo de evaluador externo en el grupo focal con expertos en emprendimiento. - Descripción detallada del proceso de recogida, análisis e interpretación de los datos.
Confirmación	<ul style="list-style-type: none"> - Transcripciones textuales de las entrevistas - Comparación de los resultados con la literatura existente. - Revisión de los resultados de otros investigadores. - Identificación de las limitaciones de la investigación
Relevancia	<ul style="list-style-type: none"> - Contribución de la investigación al debate científico y a la mejora educativa en el contexto rural. - Correspondencia entre la justificación y los resultados obtenidos.

Fuente: elaboración propia a partir de Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018)

4.3 El grupo focal

El objetivo de esta técnica es reunir a un grupo de personas (entre 2 y 8, normalmente), con el fin de conocer qué opinan, cómo se sienten, qué saben y, sobre todo, qué perspectivas tienen a partir de la discusión relacionada con el objetivo de la investigación (Losada & López-Real Ramil, 2003).

En esta investigación, el objetivo principal del focal fue obtener una retroalimentación de expertos y expertas en emprendimiento con el fin de validar los resultados obtenidos en las dos fases previas del estudio, así como enriquecer la comprensión y aplicación de la propuesta final de la investigación.

4.3.1 Participantes

Las mujeres seleccionadas para participar en el grupo de discusión fueron cinco expertas en emprendimiento. Todas ellas tienen una amplia experiencia bien como emprendedoras o bien porque trabajan estrechamente con la temática, lo que aporta una perspectiva valiosa y diversa a la discusión.

Estas fueron las siguientes:

- B.M.T de la Universidad de Guadalajara, México
- N.G.A de la Universidad de León y GEM Castilla y León
- T.L.B de la Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
- M.L.S de la Universidad Nacional Autónoma de México y de la Academia de Ciencias Administrativas (ACACIA)
- E.P.L del Servicio de Empleo y Emprendimiento de la Universidad de Salamanca

4.3.2 Procedimiento

La preparación del grupo focal comenzó con un proceso de selección de las personas expertas en emprendimiento. Seleccionar cuidadosamente a las participantes fue crucial para asegurarnos de que representaran una amplia gama de perspectivas y experiencia. Para ello, se consultó a colegas académicos y entidades relacionadas con el emprendimiento. Estas fuentes proporcionaron recomendaciones de candidatos con al menos una década de experiencia, garantizando una representación diversa en el grupo.

Las expertas recibieron invitaciones mediante correo electrónico con información sobre la fecha, hora y ubicación del grupo focal, así como su propósito y duración prevista. Debido a que las expertas que confirmaron no pudieron llegar a un acuerdo sobre la fecha, se llevaron a cabo dos convocatorias distintas. La primera tuvo lugar el día 10 de octubre de 2023 y la segunda el día 17 de octubre de ese mismo año. Una semana antes de las sesiones del grupo focal, las participantes recibieron un documento que contenía una breve descripción de la tesis doctoral, así como los resultados y las conclusiones del estudio. Ambas sesiones se llevaron a cabo de manera virtual y se estructuraron en cuatro fases claramente definidas: 1) bienvenida y presentación; 2) Discusión de los resultados previos; 3) Preguntas abiertas y exploración profunda; y 4) Conclusiones y recomendaciones (véase Figura 21).

1) Bienvenida y presentación

En un primer momento, se dio la bienvenida a las participantes y se les explicó el propósito del grupo focal y se enfatizó en la importancia de su contribución para validar los hallazgos de la investigación.

2) Presentación de los resultados previos

En segundo lugar, se compartieron los resultados de cada una de las fases de investigación. A medida que los resultados fueron revelados, las expertas compartieron sus opiniones, preguntas y comentarios al respecto. Se fomentó el debate y la interacción entre las participantes para explorar sus diferentes perspectivas.

3) Preguntas abiertas y exploración profunda

A medida que avanzaba la sesión, se plantearon preguntas abiertas relacionadas con los resultados de la investigación, las cuales permitieron a las expertas compartir sus experiencias y conocimientos en profundidad. Se habló desde los desafíos de la mujer emprendedora en el medio rural hasta las competencias necesarias para emprender según su experiencia. La pasión y el compromiso eran evidentes a medida que compartían sus ideas.

Las preguntas propuestas para el debate fueron:

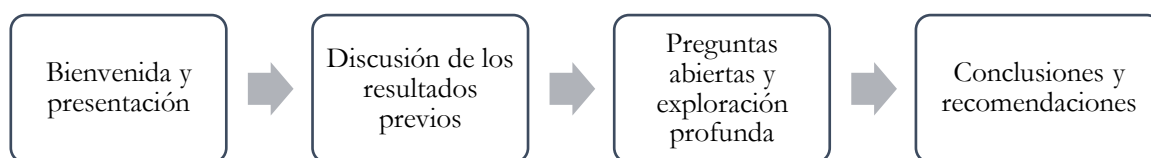
- ¿Qué opinión tiene con respecto a los resultados y a la propuesta provisional presentada? ¿Hay aspectos que considera que deberían ser ajustados o mejorados?
- Desde su perspectiva, ¿cómo evalúa la viabilidad y la aplicabilidad de la propuesta como herramienta para fomentar el emprendimiento en el medio rural de Castilla y León (extrapolable a otros entornos)?
- ¿Puede compartir ejemplos o casos de éxito que haya experimentado o conocido en los que la implementación de programas similares haya tenido un impacto positivo en el emprendimiento femenino en entornos rurales?

4) Conclusiones y recomendaciones

Las expertas resumieron sus puntos de vista y sugirieron estrategias para elaborar la propuesta formativa, generando ideas innovadoras. Luego, se informó a las participantes sobre los siguientes pasos en la investigación. Toda la sesión fue grabada para su posterior transcripción y análisis

Una vez terminada la sesión, se analizaron las notas tomadas y las grabaciones. A través de un minucioso análisis de contenido, se identificaron las conclusiones y recomendaciones más relevantes del grupo focal que darían paso a la propuesta final.

Figura 21. Procedimiento del grupo focal



Fuente: elaboración propia

5 Nuevas preguntas de investigación

A medida que se fue avanzando en el diseño del planteamiento metodológico, se creyó conveniente abordar aspectos más específicos de las preguntas planteadas anteriormente. Fue entonces cuando a partir del diseño de los instrumentos se crearon nuevas preguntas de investigación con el fin de obtener una comprensión más detallada y completa del fenómeno de estudio. Durante esta fase de diseño se identificaron variables relevantes que no se habían considerado inicialmente. Al

analizar los datos recopilados, se detectaron relaciones interesantes que sugirieron la inclusión de nuevas preguntas para profundizar en estos aspectos no previstos.

Las nuevas preguntas de investigación que surgieron son las siguientes:

- a) ¿Existe una relación entre la edad de las mujeres emprendedoras y su nivel de competencia?
- b) ¿Influye el lugar de nacimiento de las mujeres en su emprendimiento en el mundo del vino?
- c) ¿Cómo influye la maternidad en el emprendimiento de las mujeres y en el desarrollo de competencias emprendedoras?
- d) ¿Existe una relación entre el nivel formativo, la especialidad educativa y la inclinación al emprendimiento en mujeres?
- e) ¿Cuál es la relación entre el aprendizaje informal y el emprendimiento en mujeres?
- f) ¿Cómo influyen los antecedentes de emprendimiento femenino previos en el emprendimiento de las mujeres rurales?
- g) ¿Cómo influyen los rasgos de personalidad en el proceso de emprendimiento de las mujeres?
- h) ¿Cuál es la influencia de las habilidades y talentos individuales en el proceso de emprendimiento de las mujeres?

6 Síntesis del capítulo

En este capítulo se establece el marco metodológico de la investigación, cuyo objetivo general es diseñar una propuesta formativa destinada a fomentar el emprendimiento entre las mujeres que viven en áreas rurales. Para lograr este objetivo general, se han definido seis objetivos específicos.

La delimitación de unidad de estudio se enfoca en las mujeres emprendedoras en el medio rural de Castilla y León. Esta elección se justifica debido a la importancia de apoyar el emprendimiento de las mujeres que ya han emprendido en el medio rural de la región para entender los desafíos y necesidades que enfrentan.

La determinación de la población y muestra se ha llevado a cabo de acuerdo con la selección de tres técnicas de investigación para obtener una comprensión completa y diversa de las mujeres emprendedoras en el medio rural:

- a) Entrevistas biográficas: esta técnica ha involucrado a 12 mujeres emprendedoras con una destacada trayectoria. A través de entrevistas en profundidad, se han explorado sus experiencias personales y profesionales.
- b) Cuestionarios: se han distribuido cuestionarios a una muestra representativa de 100 mujeres emprendedoras, permitiendo la recopilación de datos cuantitativos.
- c) Grupo focal se ha creado un grupo focal con cinco expertas en emprendimiento para validar los resultados obtenidos en las dos fases anteriores y la propuesta final.

PARTE IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS

CAPÍTULO 8

Análisis de datos cualitativos: exploración de los relatos de vida

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos en relación con los relatos de vida (véase Apéndice 7), destacando especialmente la trazabilidad del aprendizaje a lo largo de la vida. Estas narrativas proporcionan una visión integral y enriquecedora de los desafíos, experiencias y logros de estas mujeres, permitiéndonos comprender cómo han desarrollado su competencia emprendedora a lo largo del tiempo.

La trazabilidad del aprendizaje hace referencia a la capacidad de comprender la evolución de las habilidades, conocimientos y competencias adquiridas a medida que las mujeres avanzan en su camino emprendedor. A través del análisis detallado de sus experiencias, se identifican los hitos clave, los momentos de aprendizaje significativos y los factores que han influido en su desarrollo

personal y profesional. Además, se han identificado patrones y tendencias en las experiencias que enfrentan las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola.

Una vez realizadas las entrevistas y transcrita la información textual, se procedió al análisis de los relatos a través del programa de análisis de datos cualitativos ATLAS. Ti.® Este análisis se realizó a nivel descriptivo y relacional. El análisis descriptivo se llevó a cabo en base a los elementos (citas, códigos y anotaciones) extraídos del discurso de los entrevistadas. Posteriormente, en el análisis relacional, se establecieron las posibles relaciones entre esos códigos y las citas.

Cada narrativa biográfica se presenta con un resumen detallado de la trayectoria vital de la protagonista, destacando de qué manera su historia se entrelaza con el mundo del emprendimiento. A lo largo de estos relatos, se explora como cada mujer ha ido construyendo su personalidad e identidad, revelando el proceso mediante el cual ha desarrollado las competencias necesarias para emprender. Al concluir cada análisis, se traza un perfil que sintetiza la esencia de cada emprendedora, ofreciendo así una visión completa y enriquecedora de su viaje en el ámbito del emprendimiento.

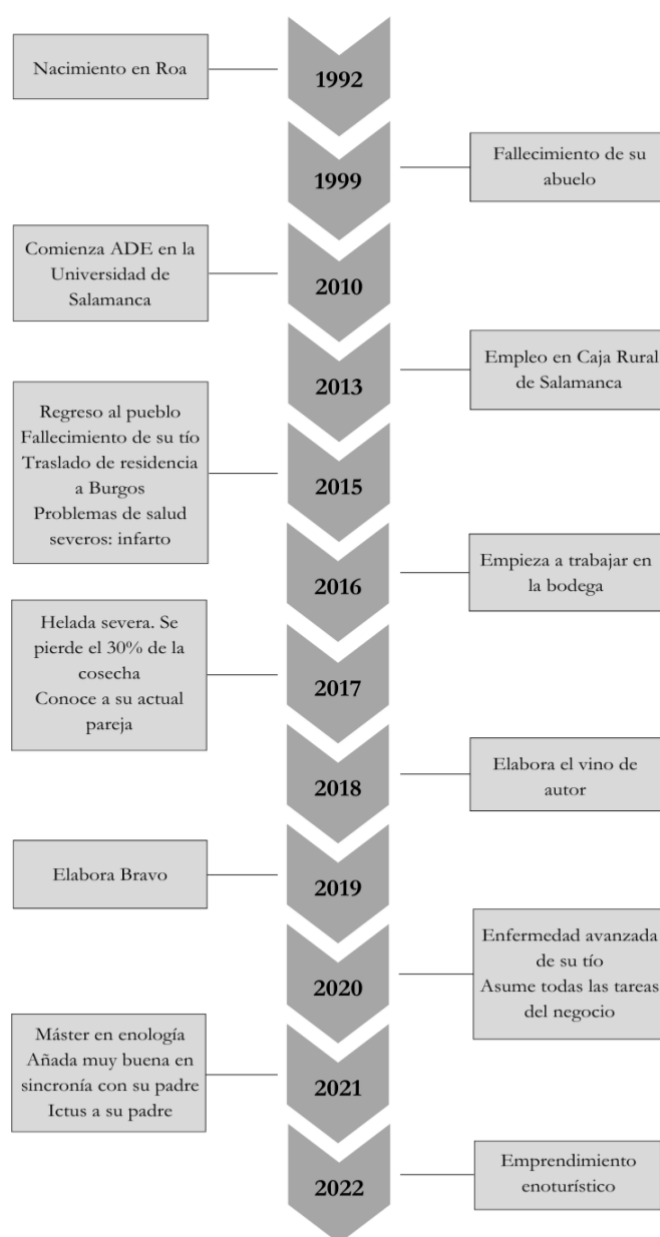
Con el fin de preservar la privacidad y confidencialidad de las participantes, es importante señalar que los nombres utilizados en este estudio son ficticios y han sido creados con el propósito de resguardar la identidad real de las mujeres involucradas.

Con los resultados obtenidos en esta fase del estudio se espera ofrecer una visión más profunda y completa de la situación de las mujeres emprendedoras en el mundo del vino, así como proporcionar información útil para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural.

1 Historia de Alba

Tras recopilar los datos que han permitido trazar la biografía de Alba (véase Apéndice 7.1), hemos podido extraer los momentos cruciales y las etapas más significativas de su recorrido personal y profesional en una línea de la vida (véase Figura 22). Esta línea de tiempo no solo es un recurso visual esencial, sino que también es un pilar fundamental en la metodología de análisis, pues ayudará a entender mejor quien es Alba y cómo ha evolucionado en el tiempo.

Figura 22. Trayectoria vital de Alba



Fuente: elaboración propia a partir del análisis del relato de vida de Alba

2.1 Análisis de su relato de vida

Desde que nació, la vida de Alba ha estado relacionada con el emprendimiento, ya que gran parte de sus familiares lo han experimentado. En su relato manifiesta que su familia y ella misma ha enfrentado diferentes situaciones adversas que han dejado una huella significativa en su vida. Desde temprana edad, su vida ha estado marcada por situaciones que han tenido un impacto profundo a nivel emocional. A lo largo de su trayectoria, la protagonista ha reflexionado y aprendido valiosas lecciones de estas experiencias, adquiriendo una mayor apreciación de la vida, el tiempo y los recursos.

Algunos rasgos distintivos de Alba son la perseverancia, la versatilidad, la comprensión, la coherencia y el liderazgo. El conjunto de ellos que distinguen la personalidad de la protagonista y las diversas situaciones que ha enfrentado a lo largo de su vida han dado lugar al desarrollo de competencias transversales que están siendo fundamentales en su proceso emprendedor. A través de sus relatos, se han identificado varias competencias que distinguen su trayectoria. Estas incluyen la capacidad para enfrentar la incertidumbre, tomar decisiones, proponer la iniciativa, apoyar a sus compañeros/as, resolver problemas, orientarse al objetivo, producir la mejora continua, dirigir personas, diseñar estrategias y desarrollar la autonomía. A continuación, indagaremos sobre cada una de estas competencias, relacionándolas con los diferentes aspectos de su vida.

Enfrentar la incertidumbre

En el análisis de la historia vital de Alba, se ha destacado su notable capacidad para enfrentar la incertidumbre en numerosas ocasiones, tanto en aspectos relacionados con el sector como en su vida en general (véase Figura 23 en la página 186). En el año 2017, tuvo que hacer frente a una helada severa en la que se perdió el 30% de la cosecha. Esto generó un escenario de gran incertidumbre en la familia. Alba buscó soluciones alternativas, exploró nuevas estrategias y encontró formas de sobreponerse a la adversidad. Fue en ese momento cuando Alba comenzó a elaborar sus vinos. A lo largo de su historia, ha demostrado que tiene las habilidades necesarias para tolerar la incertidumbre con determinación y encontrar el camino hacia el éxito.

Es interesante relacionar la **imaginación** con la competencia de enfrentar la incertidumbre y este hecho en particular. La imaginación nos permite visualizar posibles escenarios futuros y explorar soluciones antes situaciones desconocidas o desafiantes. Su capacidad para imaginar diferentes escenarios y planificar de manera anticipada fue fundamental para afrontar la incertidumbre de la helada y sus consecuencias sobre su cosecha.

“Nosotras tenemos mucho más miedo al fracaso que los hombres. Somos muy adversas al riesgo. Parece que a los hombres se le perdonan más los fracasos que a una mujer. Por ello vamos con muchísimo más miedo y debemos tener las cosas súper claras para lanzarnos. Ellos suelen tener una idea y aunque no la tengan clara se lanzan a emprenderla. Nosotras hasta que no analizamos cada punto y estamos 100% seguras de que va a salir, no nos lanzamos”.

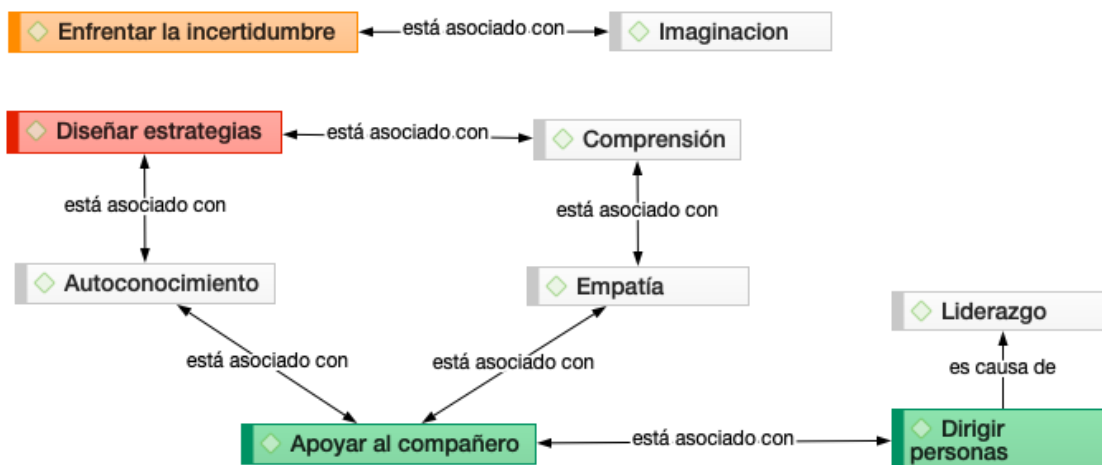
Su relato resalta cómo las mujeres pueden ser más adversas al riesgo y a la incertidumbre y tener mayor miedo al fracaso en comparación con los hombres. Esta actitud está estrechamente relacionada con la competencia de enfrentar la incertidumbre, pues las mujeres, al ser más cautelosas y analíticas hacia los desafíos, tienen a buscar una mayor seguridad y claridad en las situaciones antes de tomar decisiones o emprender acciones. Esta seguridad puede ser una estrategia para evitar riesgos innecesarios, pero también puede restringir la disposición de enfrentar situaciones inciertas o aprovechar oportunidades que podrían llevar al éxito.

Diseñar estrategias

En relación con lo mencionado anteriormente, otra competencia clave en su vida es la capacidad para diseñar estrategias efectivas (véase Figura 23 en la página 186). Su mente lógica y matemática ha sido esencial en el desarrollo de dicha competencia. Cuando se enfrentó a la incertidumbre y experimentó pérdidas, su capacidad para analizar la situación con racionalidad fue fundamental para idear planes sólidos y tomar decisiones.

Esta competencia está estrechamente vinculada con la **comprensión** que ha desarrollado a lo largo de su vida. Las experiencias de pérdida que ha enfrentado le han otorgado una profunda comprensión de sí misma (**autoconocimiento**) y de sus emociones. Al reconocer y aceptar sus propias vulnerabilidades y limitaciones, Alba ha podido fortalecerse emocionalmente. Esta comprensión interna le ha permitido tomar decisiones realistas al diseñar estrategias, considerando las implicaciones emocionales y personales de sus elecciones.

Figura 23. Análisis de la trayectoria vital de Alba desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (1)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

A su vez, esta comprensión la convierte en una emprendedora empática y capaz de comprender las necesidades de los clientes y compañeros. A través de sus experiencias, Alba ha aprendido a empatizar con los demás y, por lo tanto, apoyarles cuando se encuentran en una mala situación. La protagonista siempre ha sido un ejemplo de apoyo para su familia en los momentos difíciles. La competencia de **apoyar al compañero/a** se ve reflejada, por ejemplo, cuando su madre tenía que ausentarse en la bodega para cuidar de su tío. Se esforzó por cultivar un ambiente de trabajo colaborativo proporcionando el apoyo adecuado en ese momento. Su **empatía**, comprensión y disposición para brindar apoyo han sido pilares fundamentales en su camino, creando conexiones sólidas y fomentando un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

Dirigir personas

Otra competencia destacada es la de dirigir personas (véase Figura 23). De un día para otro, Alba tuvo que tomar las riendas de la bodega y liderar el proyecto sin tener experiencia previa. Se vio obligada a aprender rápidamente y adaptarse a las demandas que requería su rol, demostrando tener la disposición para asumir la responsabilidad y enfrentar la incertidumbre de su inexperiencia.

Este **liderazgo** le ha impulsado a asumir roles de responsabilidad en diferentes contextos. Su capacidad para inspirar, motivar y guiar a otros es evidente en diversas situaciones, ya sea en su familia, amistades o en el ámbito laboral. Su capacidad para comunicarse de manera efectiva y establecer una visión clara y motivadora ha sido fundamental para ganar la confianza y el respeto de quienes la rodean. Como lideresa, se destaca por su capacidad para tomar decisiones, considerando el bienestar de su familia y equipo y el logro de los objetivos compartidos.

Proponer la iniciativa

Además de enfrentar los desafíos, Alba demostró su iniciativa al emprender un proyecto enoturístico en 2022. Esta iniciativa refleja su capacidad para **identificar oportunidades** de mercado y proponer ideas innovadoras (véase Figura 24 en la página 188). En su relato, Alba señala lo siguiente: *“yo soy consciente de que vivir ahora fuera de casa de mis pares con todas las inversiones que he hecho me resulta prácticamente imposible. He plantado 10 hectáreas, he comprado un tractor, he comprado una bañera y más maquinaria, he comprado el piso, etc., por lo que la manera de amortizarlo más rápidamente es convirtiéndolo en un apartamento rural. Mucha gente que viene a la bodega siempre pregunta por alojamiento. El enoturismo mueve a grupos de 2, 4 o 6 personas y el piso es perfecto para ello. Además, en esta zona no hay casi lugares donde poder alojarse y lo que hay es carísimo. Vi la oportunidad y lo tuve claro”*. Su capacidad para proponer iniciativas demuestra su espíritu emprendedor y su disposición a explorar nuevas perspectivas del mundo del vino.

Esta competencia está estrechamente relacionada con el rasgo de **aceptación** que la caracteriza. La aceptación es una cualidad que implica la apertura de nuevas experiencias y la voluntad de enfrentar los desafíos con una mente abierta. En su caso, su capacidad para proponer iniciativas nuevas está arraigada a su disposición de aceptar y adaptarse a las nuevas circunstancias. Cuando emprendió el nuevo proyecto enoturístico, pudo enfrentar la incertidumbre y los posibles obstáculos con una actitud positiva. En lugar de resistirse al cambio o tener miedo al fracaso, aceptó los riesgos y se abrió a las oportunidades que podrían surgir. Además, la aceptación también se ve reflejada en su disposición para recibir retroalimentación y consejos de otras personas. Ha sido capaz de escuchar y considerar diferentes perspectivas, lo que le ha permitido mejorar y perfeccionar su proyecto.

Resolver problemas

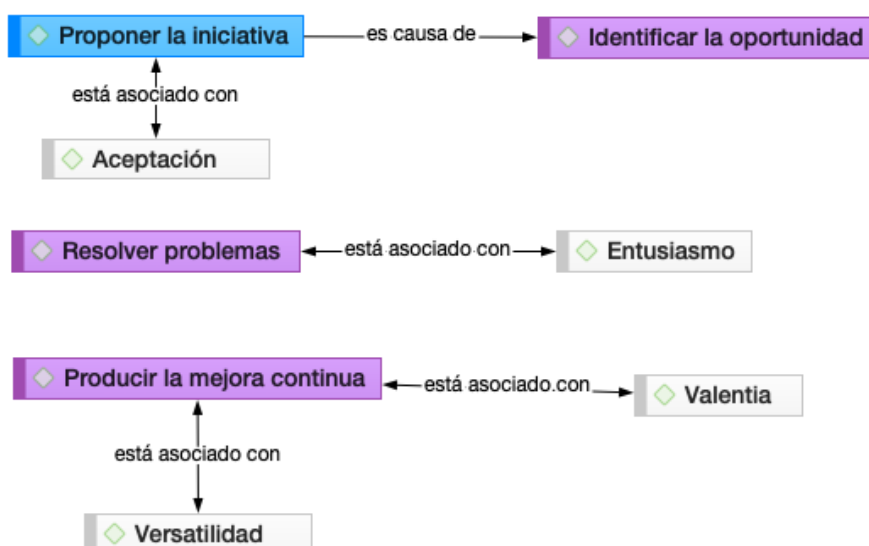
La competencia transversal de resolver problemas ha estado presente en Alba desde una edad temprana (véase Figura 24 en la página 188). Desde su infancia, se ha destacado como la hermana que siempre encuentra soluciones para todo. Ella misma manifiesta, *“yo soy la hermana que soluciona sus problemas. Mis hermanas no saben el número de teléfono de mis padres, pero si saben de memoria el mío y siempre contactan conmigo cuando se les presenta una dificultad”*. Su capacidad para resolver problemas se ha convertido en una característica distintiva en su personalidad y ha influido positivamente en varias áreas de su vida.

Esta competencia es esencial en el emprendimiento, donde los emprendedores se enfrentan a desafíos constantes que requieren soluciones. Su capacidad para pensar de manera flexible y

encontrar respuestas efectivas le permite abordar los desafíos con confianza y encontrar oportunidades y posibles soluciones.

El **entusiasmo** que la caracteriza desempeña un papel fundamental en su competencia para resolver problemas. Su entusiasmo es el impulsor que la motiva a enfrentar los obstáculos con optimismo. Cuando se enfrenta a un problema, no lo ve como una dificultad insuperable, sino como una oportunidad para aprender y crecer. Ella misma se define: *“soy de profesión entusiasta porque a mí me da igual lo que me pongas por delante, me podría dedicar a mil cosas. Es eso lo que me caracteriza que tiro para delante con muchas ganas y le pongo mucho empeño a las cosas. Soy muy optimista y tengo visión para detectar las oportunidades”*.

Figura 24. Análisis de la trayectoria vital de Alba desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Orientarse al objetivo

En su discurso, se destaca claramente la competencia de orientarse al objetivo principal: sacar adelante la bodega, el negocio por el que tanto han trabajado sus padres. A pesar de los desafíos y las dificultades que ha enfrentado en su camino, está decidida a mantenerse enfocada en su objetivo y seguir adelante con determinación. Su dedicación a la bodega y el deseo de mantener vivo el negocio familiar la impulsan a **perseverar en la tarea**, trabajando incansablemente para alcanzar sus metas (véase Figura 25 en la página 190).

Su **compromiso** y **perseverancia** son cualidades que le permiten mantenerse firme en la búsqueda del éxito, enfrentando la incertidumbre con valentía y confianza en sí misma para mantener viva la tradición y el esfuerzo de sus padres.

Producir la mejora continua

La competencia transversal de producir la mejora continua es muy destacada en Alba, quien muestra una alta **versatilidad** y **valentía** en su búsqueda constante por mejorar en diversos aspectos de su vida (véase Figura 24 en la página 188).

La versatilidad se refleja en su capacidad para adaptarse y aprender rápidamente frente a nuevos desafíos. A lo largo de su vida, se ha visto obligada a adaptarse a diferentes situaciones difíciles, tales como su enfermedad o la pérdida de su tío. En el mundo empresarial, los emprendedores deben ser flexibles y capaces de ajustarse a los cambios rápidamente. Con sus vivencias, ha aprendido a adaptarse a circunstancias cambiantes y a encontrar soluciones creativas para superar los obstáculos. Esto la convierte en una emprendedora versátil y receptiva nuevas ideas.

Además, su valentía es una cualidad que la caracteriza. Alba no teme enfrentar nuevos desafíos y situaciones desconocidas. Esto le permite asumir riesgos calculados y probar soluciones innovadoras. Su valentía le permite avanzar más allá de su zona de confort, enfrentar sus miedos y aprender de las experiencias, lo que la impulsa hacia delante en su camino hacia la mejora continua. La propia protagonista señala lo siguiente sobre este rasgo: *“Mi madre siempre ha dicho que yo no iba a pasar hambre, porque hago lo que se me pasa por la cabeza para ganar dinero. Hay que ser “todólogo” y ser versátiles”*.

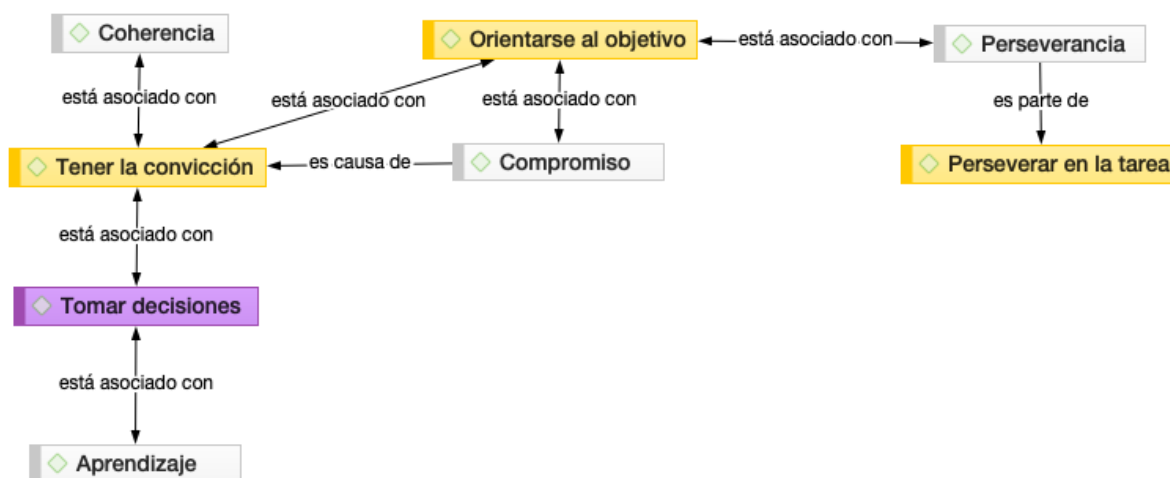
Tener la convicción

Esta competencia ha sido muy distintiva en su vida. Desde que se trasladó a Salamanca para comenzar sus estudios y posteriormente cuando tomó las riendas del negocio familiar, ha demostrado una importante capacidad para tomar decisiones y asumir responsabilidades con un firme compromiso. En su etapa universitaria, la convicción se hizo evidente al tomar la decisión de mudarse a una ciudad diferente, lo que implicó enfrentar nuevos desafíos y aprender a adaptarse a un contexto desconocido con una determinación envidiable. Lo mismo ocurrió cuando se trasladó a Burgos por trabajo o cuando tomó la decisión de regresar al pueblo. Su convicción le permitió manejar su vida de la mejor manera posible y desarrollar una mayor independencia. Posteriormente, cuando tomó las riendas del negocio familiar, Alba se convirtió en una líder convencida de lo que estaba haciendo, capaz de tomar decisiones cruciales para el crecimiento y el éxito de su bodega con un enfoque decidido en sus objetivos (véase Figura 25 en la página 190).

La **coherencia** ha sido un factor determinante a la hora de tener la convicción sobre algo. Mantiene una coherencia en todo su relato, desde sus objetivos hasta la forma en que lleva a delante

sus proyectos. Esta coherencia está relacionada directamente con las explicaciones que recibió de sus padres cuando era niña, específicamente en relación con el trabajo. En sus propias palabras: *“Desde pequeñas, mis padres han relacionado ir a trabajar al campo con nuestros estudios en la Universidad, por lo que sabíamos que lo que ganábamos en el campo y no recibíamos en ese momento, nuestros padres lo invertirían en nuestros estudios”*. Estas experiencias con sus padres ayudaron a formar su comprensión y percepción del mundo laboral, así como la importancia del compromiso y perseverancia en el trabajo.

Figura 25. Análisis de la trayectoria vital de Alba desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Tomar decisiones

La competencia de tomar decisiones es otro aspecto estrechamente relacionado con lo mencionado antes. Gracias al aprendizaje que adquirió a lo largo de su vida, especialmente a través del desarrollo de su capacidad para diseñar estrategias, ella ha demostrado una alta competencia en tomar decisiones informadas y reflexivas (véase Figura 25).

El **aprendizaje** ha sido fundamental para su crecimiento personal y profesional. Cada experiencia de pérdida y cada obstáculo que ha enfrentado le ha brindado valiosas lecciones. A medida que aprendía de sus momentos difíciles, pudo perfeccionar sus habilidades analíticas y de razonamiento, permitiéndole evaluar escenarios de manera objetiva y considerar diversas perspectivas antes de tomar una decisión.

En un momento determinado, tuvo que asumir todas las tareas relacionadas con su negocio. Esta responsabilidad significó tomar decisiones constantemente, sobre todo a la hora de elaborar los vinos más importantes de su bodega sin tener experiencia en ello. Demostró una habilidad

destacada para evaluar las opciones que tenía, analizar los riesgos y consecuencias para tomar la decisión correcta. Esto lo demuestra en el siguiente relato: *“En el año 2018 decido elaborar el vino de autor que es el mejor vino que tenemos. Mi pensamiento es muy matemático y económico, por lo que decidí empezar por este vino porque son 1500l. los que solemos elaborar de ese vino. Los depósitos son de 20 litros por lo que, si no lo hacía bien, la pérdida no sería muy grande”*. Su capacidad para tomar decisiones y asumir la responsabilidad de su negocio la convierte en una emprendedora autónoma y decidida

1.1 Trazado del perfil emprendedor de Alba

Alba, una mujer de origen rural, destaca como una emprendedora valiente y comprometida. Después de trasladarse a la ciudad por motivos laborales, toma la decisión de regresar al pueblo. Esto demuestra el arraigo a sus raíces y su fuerte lazo familiar. Decide regresar para hacerse cargo del negocio familiar, del cual nunca se ha desentendido, a pesar de haber estado fuera por un tiempo.

A continuación, se expone el perfil siguiendo las variables de identificación, biográficas, personales, emprendedoras, formativas y laborales recogidas mediante su historia de vida (véase Tabla 29).

Tabla 29. Perfil de Alba

Variables de identificación	
Propiedad	Viñedo y bodega
Sello de calidad	D.O. Ribera del Duero
Variables biográficas	
Edad	31
Lugar de nacimiento	Roa, Burgos
Estado civil	Soltera
Hijos	No
Variables personales	
Rasgos de personalidad	Imaginación – comprensión – autoconocimiento – empatía – aprendizaje – aceptación – entusiasmo – compromiso – perseverancia – versatilidad – valentía – liderazgo - coherencia
Variables sobre el empleo	
Experiencia previa	Comercial en banca
Empleo del padre	Agricultor
Empleo de la madre	Agricultora
Variables de formación	
Formación	Grado en Administración y Dirección de Empresas Máster de enología, viticultura y cata profesional
Cursos para emprender	No
Variables sobre el emprendimiento	
Antecedentes de emprendimiento femenino	Si
Motivación	Tradición familiar

	Pasión por el sector del vino
Experiencia como emprendedora	6 años
Desafío	Falta de experiencia en el sector cuando cogió las riendas del negocio
Dificultades	Trámites burocráticos
Competencias emprendedoras	Enfrentar a la incertidumbre - tomar decisiones - proponer la iniciativa - apoyar al compañero - resolver problemas

Fuente: elaboración propia a partir del relato de vida de Alba

En resumen, Alba presenta un perfil emprendedor inspirador. Es una mujer que combina su origen rural con las competencias adquiridas el medio urbano para liderar el negocio familiar. Su amor por su localidad, su sólida ética del trabajo y su capacidad para enfrentar desafíos la convierten en un ejemplo de emprendimiento femenino destacado.

2 Historia de Olga

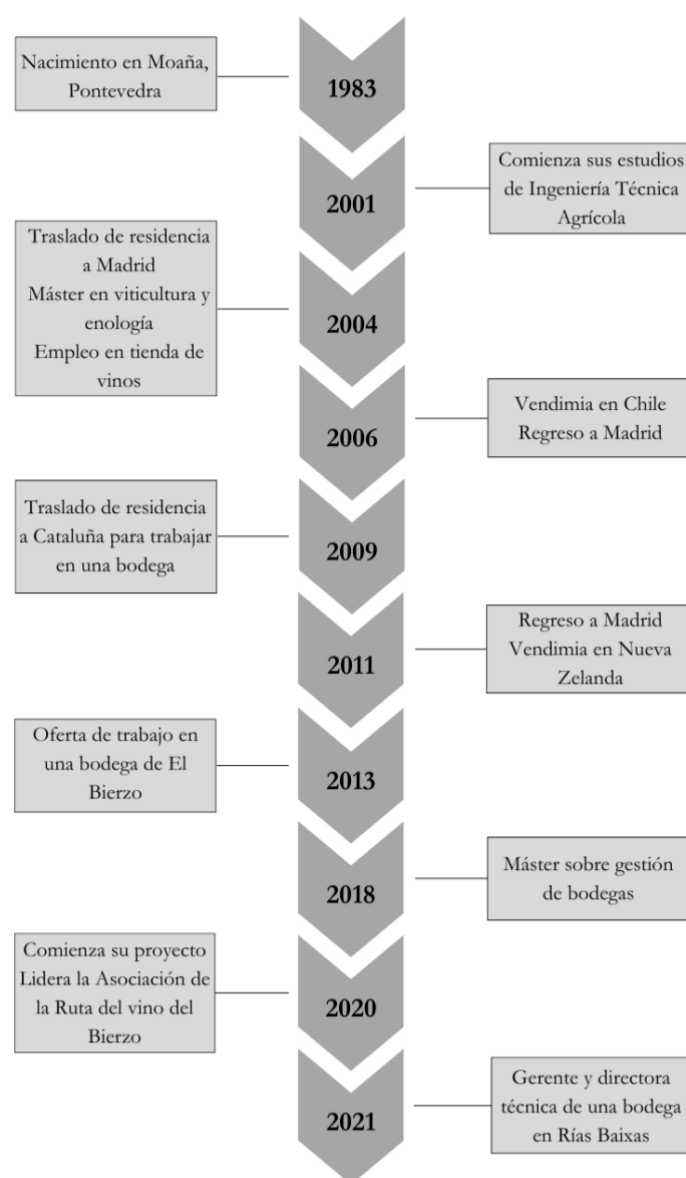
Tras recopilar los datos que han permitido trazar la biografía de Olga (véase Apéndice 7.2), hemos podido extraer los momentos cruciales y las etapas más significativas de su recorrido personal y profesional en una línea de la vida (véase Figura 26 en la página 193). Esta línea de tiempo no solo es un recurso visual esencial, sino que también es un pilar fundamental en la metodología de análisis, pues ayudará a entender mejor quien es Olga y cómo ha evolucionado en el tiempo.

2.1 Análisis de su relato de vida

Olga, proveniente de una familia con limitados recursos y dedicada al sector marítimo, ha enfrentado numerosos desafíos en su camino emprendedor en el mundo del vino. Su historia refleja la determinación y la capacidad para superar obstáculos.

Algunos de sus rasgos distintivos son la imaginación, la resiliencia, la naturalidad, la intuición, la paciencia, el liderazgo, la persistencia, el compromiso y la lealtad, entre otros. El conjunto de rasgos que distinguen la personalidad de la protagonista y las diversas situaciones que ha enfrentado a lo largo de su vida han dado lugar al desarrollo de competencias transversales que están siendo fundamentales en su proceso emprendedor. A través de sus relatos, se han identificado varias competencias que distinguen su trayectoria. Estas incluyen la capacidad para enfrentar la incertidumbre, orientarse al objetivo, cooperar con el plan, diseñar estrategias, tener una dedicación, dirigir personas, perseverar en la tarea, estar comprometida, negociar el acuerdo, proponer la iniciativa y gestionar los recursos. A continuación, indagaremos sobre cada una de estas competencias, relacionándolas con los diferentes aspectos de su vida.

Figura 26. Línea de la vida de Olga



Fuente: elaboración propia a partir del relato de vida de Olga

Enfrentar la incertidumbre

La competencia transversal de enfrentar la incertidumbre es muy característica en la vida de Olga, ya que está estrechamente relacionada con las situaciones que ha experimentado hasta emprender. Durante todo su proceso, enfrentarse a la incertidumbre ha implicado asumir riesgos y tomar decisiones en situaciones donde los resultados son desconocidos. Desde siempre, ha imaginado su escenario ideal para elaborar su propio vino. Siempre ha tenido una visión clara de lo que quería lograr. Esta **imaginación** le ha permitido explorar diferentes escenarios (le ofrecieron elaborar su vino en una bodega externa), identificar posibles obstáculos (ella sabía que

hacerlo por cuenta propia no sería fácil y sabía las limitaciones que tenía para ello) y buscar soluciones (decidió tomar las riendas de unos viñedos y una bodega para elaborar su vino). Al enfrentar la incertidumbre de esta situación, la imaginación se convirtió en una herramienta valiosa que le permitió anticiparse y adaptarse a situaciones imprevistas (véase Figura 27 en la página 196).

Orientarse al objetivo

Tener la capacidad de orientarse al objetivo implica tener una visión clara de lo que se quiere lograr y superar los obstáculos encontrados en el camino con determinación (véase Figura 27 en la página 196). La **resiliencia** de Olga es evidente en su capacidad para adaptarse a las circunstancias y perseverar para lograr su objetivo a pesar de las dificultades. Provenir de una familia sin experiencia en el sector vitivinícola significó que tuvo que enfrentar dificultades, como la falta de contactos en el sector o la necesidad de adquirir nuevos conocimientos. Sin embargo, en lugar de tirar la toalla, la protagonista ha utilizado estos desafíos como un impulso para aprender y crecer, adquiriendo experiencia a través de varias estancias en el extranjero y trabajando en diferentes bodegas. Ha utilizado estas experiencias como una oportunidad para acercarse a su objetivo: emprender su propio proyecto y elaborar su propio vino. *“Cuando empecé a hacer mi propio vino me sentí pletórica e insegura a la vez, como he dicho antes. Fue muy emocionante. De hecho, cuando embotellé lo hice llorando. Y eso que llevo haciendo vino muchísimos años, pero era mi vino. Hoy en día cuando veo que alguien está tomando mi vino me emociono muchísimo”*, señala emocionada. Sin embargo, considera que cuando ha logrado su objetivo, rápidamente busca otro: *“considero que soy muy autoexigente y es muy frustrante no disfrutar cuando consigues un objetivo porque directamente aparecen otros que van mucho más allá”*.

Perseverar en la tarea

La competencia transversal de perseverar en la tarea es evidente a lo largo de todo el relato de Olga, quien ha demostrado una gran **persistencia** para lograr su objetivo principal (véase Figura 27 en la página 196). Esta persistencia se destaca por su dedicación incansable para alcanzar su meta, impulsándola a seguir a delante incluso en momentos difíciles, aprendiendo de los errores y convirtiéndolos en oportunidades de crecimiento.

La perseverancia de Olga también se refleja en su capacidad para mantener una visión a largo plazo, sin perder de vista su objetivo final. Aunque hay momentos en los que se desanima, mantiene su determinación y continúa trabajando hacia su meta con pasión y **convicción**. La protagonista señala lo siguiente: *“muchísimas veces se me ha pasado por la cabeza tirar la toalla, pero tengo un sentido de la responsabilidad muy grande. Para mí, si lo dejara sería un fracaso. Si no consigo mi objetivo significaría que he fracasado [...] aunque haya pensado muchas veces tirar la toalla, sé que no lo voy a hacer por*

muchos motivos: por la pasión que siento por el vino, por el compromiso tan fuerte que tengo con la comarca con respecto al viñedo abandonado...”.

Cooperar con el plan

Su compromiso para cooperar con temas relacionados con el sector se basa en su **intuición**, ya que ella reconoce que colabora con personas que trabajan en su misma dirección (véase Figura 27 en la página 196). Olga indica que *“todo lo que me proponen son cosas muy afines a lo que yo trabajo y tengo una creencia profunda en lo que hago”.*

En un sector tan competitivo como el del vino, confiar en su intuición le ha permitido tomar decisiones en cuanto a la elección de los viñedos y la manera de realizar su propio vino. Su intuición le guio para identificar las oportunidades y aprovecharlas en beneficio de su propio emprendimiento. En sus propias palabras: *“yo no tenía viñas en propiedad, pero tenía claro que mi proyecto no lo quería llevar a cabo dentro de la bodega donde trabajaba. El propietario de la bodega me ofreció hacerlo dentro allí y esa hubiera sido la opción más fácil, pero yo no quería. En ese momento me hice cargo de un viñedo. Me cedieron los derechos del viñedo y el uso de una bodega”.*

Además, su **naturalidad** facilita la construcción de relaciones de confianza y el trabajo en equipo a través de la cooperación con otras personas para la consecución de un bien común. Esta competencia transversal está estrechamente relacionada con la de **estar comprometida**, ya que su compromiso con todas las actividades externas a su trabajo refleja su capacidad para trabajar de manera colaborativa, así como la de identificar oportunidades de cooperación que sigan la misma dirección que sus objetivos y valores. *“Siempre tengo mucho compromiso con lo que hago. Cuando me comprometo con algo es porque lo voy a hacer y si veo que no puedo hacerlo no soy capaz de comprometerme”*, señala.

Estar comprometida

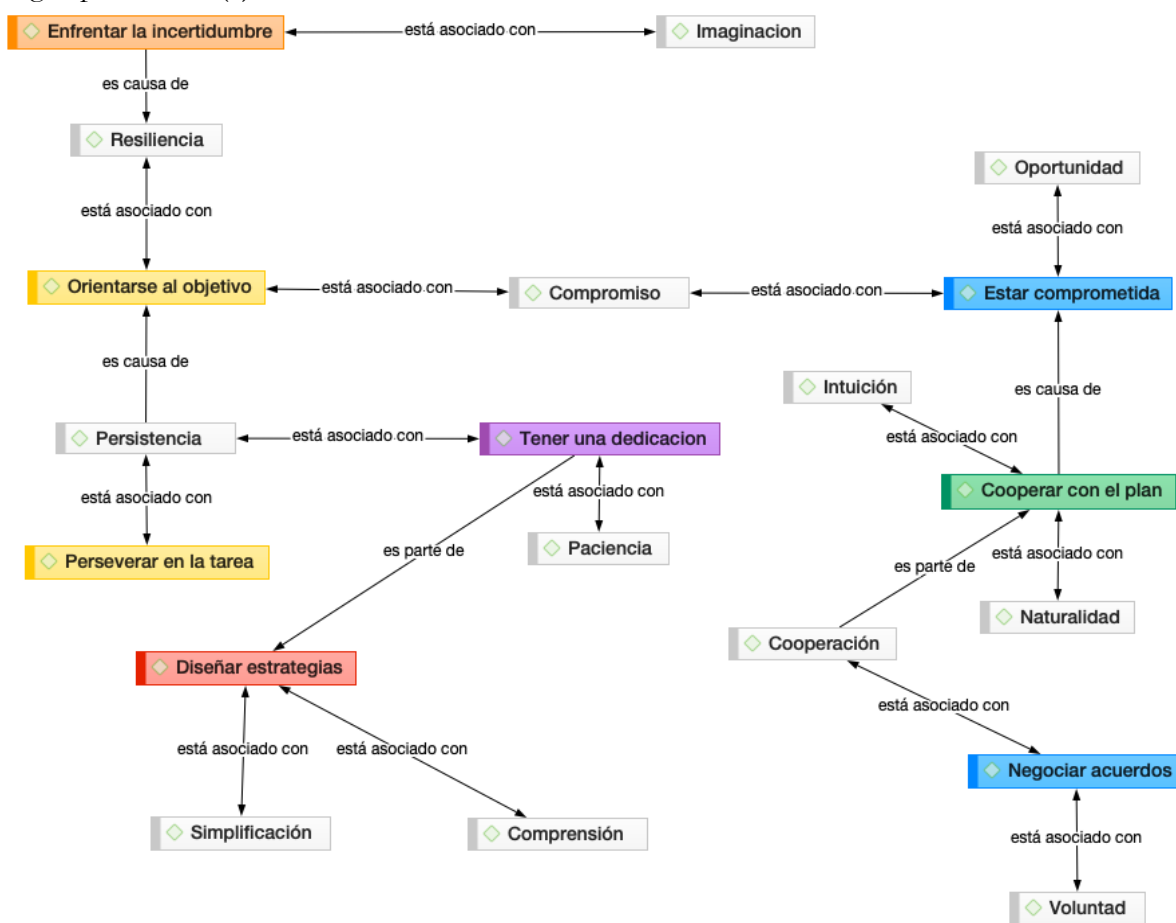
Olga es una persona muy **comprometida** no solo hacia su propio emprendimiento, sino hacia todo el conjunto del sector vitivinícola. Se comprometió contribuir en la conservación y el desarrollo del patrimonio vitícola de la región del Bierzo, recuperando viñedos abandonados y colaborando con colectivos que trabajan temas afines al suyo. Señala *“colaboro con una Cátedra de Desarrollo Sostenible y soy consciente de que no tengo más horas libres para dedicarme a más cosas, pero no puedo decir que no y tiro con todo. También creo que no digo que no porque todo lo que me proponen son cosas muy afines a lo que yo trabajo y tengo una creencia profunda en lo que hago. Que conste que todo lo hago con pasión”.*

Su compromiso es evidente ya que ha sabido aprovechar todas las oportunidades que se le han presentado relacionadas con el sector. Su mentalidad abierta y proactiva le ha permitido estar siempre dispuesta a aprender de cada **oportunidad** y crecer en su carrera vitivinícola.

Diseñar la estrategia

Esta competencia transversal implica tener la capacidad de desarrollar acciones para alcanzar alguna meta u objetivo. En el caso de Olga, su trayectoria vital muestra una dedicación constante para lograr elaborar su propio vino, lo cual implica que ha diseñado algún tipo de estrategias para conseguirlo. Para ello, se ha valido de dos rasgos característicos: la **simplificación** y la **comprensión** (véase Figura 27). La simplificación porque desde el primer momento identificó los pasos clave y los recursos necesarios de manera clara y concisa, y la comprensión porque fue capaz de analizar, interpretar y comprender las carencias que tenía comenzar con su proyecto. Al comprender la naturaleza de su proyecto y los elementos necesarios para su éxito, fue capaz de diseñar una estrategia pertinente para lograrlo, por ejemplo, realizar un máster en gestión de bodegas. En palabras propias de la protagonista: *“Al emprender debe haber una devolución al esfuerzo que se ha hecho al crear el proyecto. Se puede poner todas las ganas y la pasión en un proyecto, pero es importante que sea sostenible y rentable social y económicamente y, para eso se debe plantear muy bien la estrategia que hará que lo logres”*.

Figura 27. Análisis de la trayectoria vital de Olga desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (1)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Tener una dedicación

Muy relacionada con el diseño de estrategias está la competencia de tener una dedicación. La dedicación de Olga se puede considerar como un elemento clave en el diseño de sus estrategias para emprender, ya que le ha permitido adquirir experiencia, conocimientos y habilidades en el sector, influyendo en la forma en que diseña sus estrategias. En su caso, su historia muestra una dedicación constante, no solo en sus trabajos, sino en todo lo relacionado con el sector vitivinícola. La dedicación implica compromiso, paciencia y **persistencia** para conseguir la meta propuesta (véase Figura 27 en la página 196). En el contexto de emprender, esta competencia es especialmente relevante, ya que implica que ha invertido tiempo y energía en su proyecto, así como en todas las actividades que ha realizado previas. En este sentido, apunta: *“trabajo muchas horas, incluidos los fines de semana porque si un domingo no trabajo me siento culpable. Me cuesta mucho decir tomarme un día libre y descansar”*.

Durante toda su trayectoria dedicada al sector, la **paciencia** ha sido una característica principal de la protagonista. Desde el primer momento comprendió que adquirir experiencia y conocimientos prácticos era fundamental para construir una base sólida de cara a su futuro proyecto. Aunque esto ha implicado esperar y dedicar tiempo a trabajar para otros, supo aprovechar la oportunidad para aprender y hacer esos proyectos como suyos. Esta paciencia le ha permitido adquirir las competencias necesarias y establecer una red de contactos valiosos antes de emprender su proyecto. *“No me he atrevido a jugar todas las cartas en mi proyecto porque sé que no es viable todavía dedicarme solo a él. Lo he hecho a través de una situación de privilegio porque tengo trabajo y si mi proyecto sale mal puedo seguir pagando el alquiler y vivir una vida normal [...] Mi idea en un futuro es dedicarme a mi proyecto y a mayores hacer dos o tres asesorías externas y para esto calculo que faltan dos años más o menos”*.

Negociar el acuerdo

La competencia de negociar acuerdos, tal como Olga presenta en su historia de vida, está estrechamente relacionada con sus rasgos de voluntad y cooperación. Cuando en 2021 se le presentó la oportunidad laboral en una bodega grande de Galicia, demostró una fuerte **voluntad** para aprovechar esta nueva experiencia. Sin embargo, su fuerte vínculo emocional con la bodega donde trabajaba en el Bierzo la llevó a buscar una solución que beneficiara a ambas partes. En lugar de cortar completamente sus lazos con la bodega anterior, negoció un acuerdo donde continuaría vinculada con ellos como asesora externa. *“En 2021 me ofrecieron una oportunidad laboral a nivel de gerencia y dirección técnica en una bodega de Galicia. Hablé con el propietario de la bodega donde trabajaba en el Bierzo y planteamos que me vendría a Galicia como gerente y seguiría vinculada con ellos como asesora externa”*.

Su voluntad para adaptarse y dejar entrar nuevas oportunidades se combinó con su sentido de **cooperación** al buscar una solución mutuamente beneficiosa.

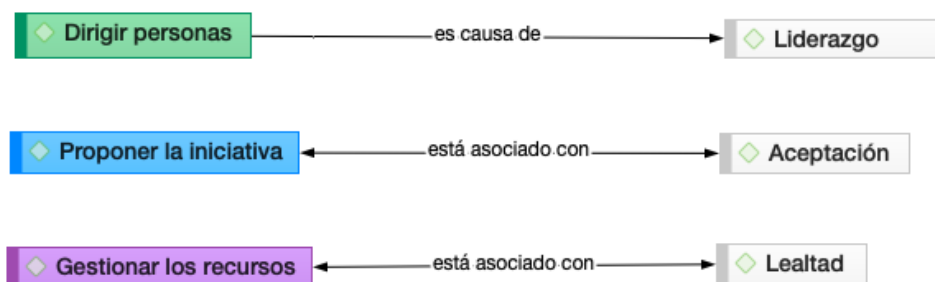
Este acto de negociación muestra su capacidad de gestionar relaciones profesionales y mantener vínculos colaborativos, permitiéndole equilibrar su nuevo rol en la bodega de Galicia y mantener una conexión con la bodega del Bierzo. La voluntad de adaptarse y la capacidad de cooperar con ambas bodegas refuerzan su capacidad para negociar acuerdos que benefician a todas las partes involucradas.

Dirigir personas

Actualmente, Olga se encuentra liderando equipos de trabajo en su empleo como gerente de una bodega. Aunque en su proyecto no tenga un equipo de trabajo, el hecho de tener experiencia previa en dirigir personas puede ser beneficioso para ella en el futuro cuando tenga que dirigir un equipo de trabajo en su propio proyecto.

Su **liderazgo** es algo evidente a la hora de dirigir y motivar al equipo con el que trabaja en la bodega, sintiendo ese proyecto como si fuera suyo (véase Figura 28). Su liderazgo también se ha reflejado en su habilidad para establecer relaciones sólidas con distribuidores y clientes, lo que contribuye al reconocimiento de su vino.

Figura 28. Análisis de la trayectoria vital de Olga desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Proponer la iniciativa

Cuando en 2020, decidió elaborar su propio vino, ella demostró tener la capacidad de proponer la iniciativa al aceptar de manera consciente y realista los desafíos que implicaba este nuevo proyecto.

*“Para mí emprender es iniciar un proyecto, no solo empresarial, sino también vital.
Yo he emprendido en algo que es mi pasión y no lo catalogo como un trabajo”*

La iniciativa de emprender fue una decisión meditada. Sin embargo, la **aceptación** fue un rasgo fundamental para que pudiera enfrentar la situación de manera equilibrada y objetiva (véase Figura 28 en la página 198). Desde el principio aceptó que lograr su objetivo requeriría un esfuerzo y dedicación constante, ya que tendría que dedicar tiempo extra a su proyecto, fuera de su horario de trabajo: *“Yo dedicaba todo mi tiempo a mi trabajo externo y mi proyecto lo desarrollaba en mi tiempo libre para que nadie me dijera que utilizaba el tiempo de trabajo para hacer lo mío. Mis trabajos los tengo totalmente disociados, sin mezclarlos, aunque me suponga más dificultad y esfuerzo”*

Gestionar los recursos

La capacidad de gestionar los recursos se destaca en la historia de Olga, quien ha demostrado que emprendió su proyecto vitivinícola utilizando los recursos que tenía a su disposición. Aunque tuvo la oportunidad de utilizar los recursos de su trabajo, ella optó por seguir su camino y elaborar su propio vino fuera de esa bodega.

La **lealtad** se evidencia en cómo ha sido fiel a sus principios y objetivos a lo largo de su trayectoria (véase Figura 28 en la página 198). A pesar de tener opciones más cómodas y conocidas disponibles, eligió luchar y perseverar en su deseo de elaborar su propio vino con los recursos de los que disponía y ella podía alcanzar por sí misma. Además, su lealtad hacia sus aspiraciones la impulsó a tomar decisiones y a gestionar los recursos de manera eficiente, siendo consciente de su valor y utilidad en la consecución de su objetivo. Utilizó con responsabilidad los recursos disponibles, aprovechando su conocimiento y experiencia en el sector para poder obtener en el futuro el obtener el máximo. Beneficio.

“El emprendimiento debe ir acompañado de unos beneficios ya sean económicos, sociales o emocionales. Debe haber una devolución al esfuerzo que haces por crear el proyecto. Es importante que sea sostenible y rentable social y económicamente”

Olga se caracteriza por su capacidad para hacerlo todo sola en su proyecto, sin contar con un equipo. Esto demuestra su competencia para gestionar los recursos de manera eficiente. Al asumir todas las responsabilidades por sí misma, ella demuestra tener la capacidad para administrar cuidadosamente los recursos disponibles, optimizando su uso al máximo. Con relación a esto, indica: *“Al principio la producción que hacía era pequeña. Ahora la he duplicado y he ampliado la gama de vinos. Esto ha sido duro porque lo hago todo sola. El viñedo lo trabajo, lo vendimio y hago todas las tareas. No tengo ningún equipo que me ayude con todas las tareas que conlleva mi proyecto. Ahora solamente lo comparto con mi pareja quien me ayuda bastante en todo”*

2.2 Trazado del perfil emprendedor de Olga

Olga es una mujer proveniente del medio rural gallego, donde su familia se dedica a un sector distinto al del vino. Sin embargo, busca oportunidades más allá de su entorno y decide viajar tanto a la ciudad como al extranjero para formarse en el sector vitivinícola. Gracias a estas experiencias, decide establecerse en el medio rural próximo al Bierzo, donde encuentra su pasión por trabajar en mundo del vino.

Lo destacable de Olga (véase Tabla 30) es que, a pesar de no tener vínculos previos con la comunidad en la que decide emprender, apuesta por empezar desde cero en una población donde no tiene raíces previas.

A continuación, se expone el perfil de Olga siguiendo las variables de identificación, biográficas, emprendedoras y formativas.

Tabla 30. Perfil de Olga

Variables de identificación	
Propiedad	Viñedo y bodega
Sello de calidad	D.O. Bierzo
Variables biográficas	
Edad	40
Lugar de nacimiento	Moaña, Pontevedra
Estado civil	Soltera
Hijos	No
Variables personales	
Rasgos de personalidad	Imaginación – resiliencia- intuición – naturalidad – compromiso – oportunidad – comprensión – simplificación – paciencia – persistencia – liderazgo – convicción – voluntad – cooperación – aceptación - lealtad
Variables sobre el empleo	
Experiencia previa	Sumiller en tienda de vinos Vendimias en diferentes países Gerente y directora técnica en bodega
Empleo del padre	Marinero
Empleo de la madre	Asistente del hogar
Variables de formación	
Formación	Ingeniería Técnica Agrícola Máster en viticultura y enología Máster en gestión de bodegas
Cursos para emprender	Si
Variables sobre el emprendimiento	
Antecedentes de emprendimiento femenino	No
Motivación	Pasión por el sector vitivinícola
Experiencia como emprendedora	3 años
Desafío	Dejar sus empleos y sostenerse económicamente con su proyecto
Dificultades	Trámites burocráticos

	Financiación
Competencias emprendedoras	Enfrentar a la incertidumbre - orientarse al objetivo - cooperar con el plan - diseñar la estrategia - tener una dedicación - estar comprometida - dirigir personas - perseverar en la tarea

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis del relato de vida de Olga

En resumen, Olga es una mujer emprendedora que, a pesar de su origen rural y su ausencia de vínculos con Castilla y León decide emprender, mostrando una determinación y pasión excepcionales por el sector vitivinícola. Su valentía y su combinación de experiencias y conocimientos la convierten en una emprendedora con un perfil poco común.

3 Historia de Teresa

Tras recopilar los datos que han permitido trazar la biografía de Teresa (véase Apéndice 7.3), hemos podido extraer los momentos cruciales y las etapas más significativas de su recorrido personal y profesional en una línea de la vida (véase Figura 29 en la página 202). Esta línea de tiempo no solo es un recurso visual esencial, sino que también es un pilar fundamental en la metodología de análisis, pues ayudará a entender mejor quien es Teresa y cómo ha evolucionado en el tiempo.

3.1 Análisis de su relato de vida

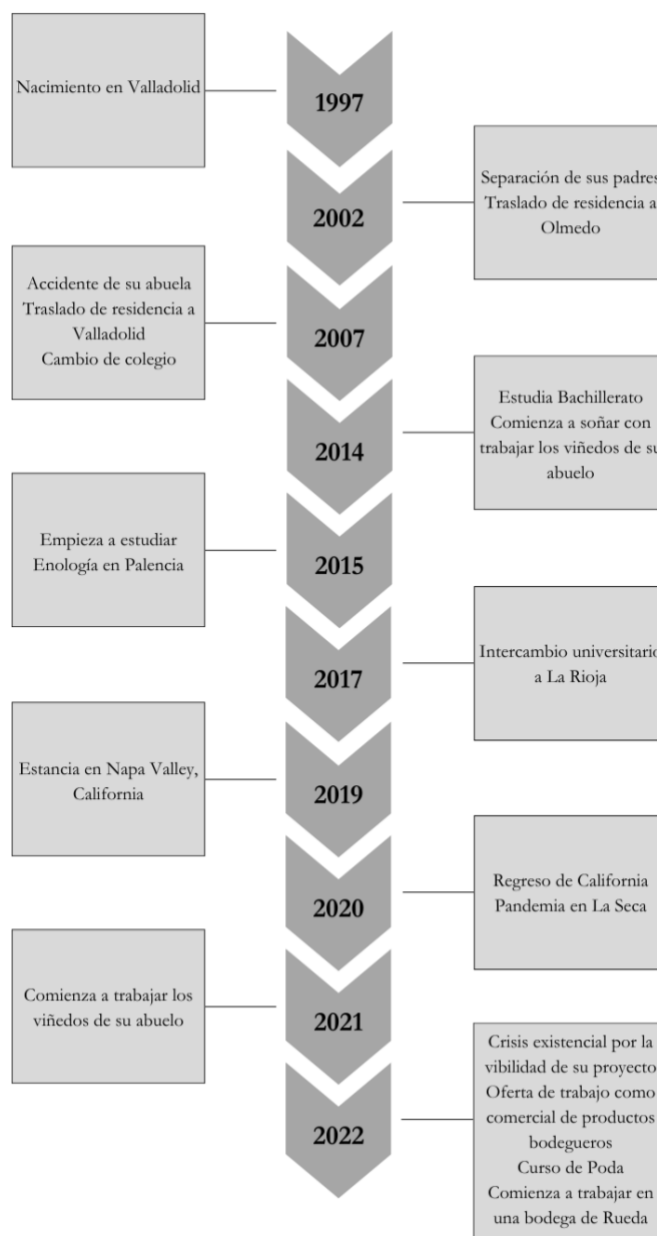
Algunos rasgos distintivos de Teresa son la asertividad, la eficiencia, la iniciativa, la aceptación, el sentido común, la elocuencia, la responsabilidad, la persistencia y la prudencia. El conjunto de rasgos que distinguen la personalidad de la protagonista y las diversas situaciones que ha enfrentado a lo largo de su vida han dado lugar al desarrollo de competencias transversales que están siendo fundamentales en su proceso emprendedor. A través de su relato, se han identificado varias competencias que distinguen su trayectoria. Estas incluyen la capacidad para generar consenso, trabajar con eficiencia, proponer iniciativas, adaptarse al cambio, comunicar ideas, tener consideración y perseverar en las tareas. A continuación, indagaremos sobre cada una de estas competencias, relacionándolas con los diferentes aspectos de su vida:

Generar consenso

Teresa ha demostrado tener la capacidad de generar consenso entre dos opiniones o perspectivas distintas, lo cual refleja su alto nivel de desarrollo de esta competencia transversal. La **asertividad** es un rasgo muy característico de la protagonista (véase Figura 30 en la página 204). Se refiere a la capacidad de expresar de manera adecuada sus opiniones, sentimientos y emociones, respetando al mismo tiempo los de las demás personas. En este caso, dada una situación en la que unos

hombres podaron sus viñas y solicitaron un precio alto por el servicio, ella demostró manejar la situación al comunicarles sus puntos de vista de forma clara y adecuada. Le expresó su conocimiento sobre el tiempo y el coste que requería podar sus viñas utilizando una comunicación respetuosa y llegando con ellos a un consenso.

Figura 29. La línea de vida de Teresa



Fuente: elaboración propia a partir del análisis del relato de vida de Teresa

Teresa argumenta: *“Por mi trabajo en la bodega no puedo dedicarle todo el tiempo que me gustaría a mis viñedos y he contratado a un grupo de personas para que me ayuden a hacer la poda en verde. Ayer me pasaron una*

factura que estaba fuera de lugar. Yo el año pasado hice la misma labor y se perfectamente lo que tardé y lo que se tarda en hacer esa tarea. Ellos me dijeron que habían tardado un número de horas exagerado. Para comprobar que yo estaba en lo cierto, le pasé una foto de las horas que yo el año anterior había tardado, para demostrarles que era el tiempo estimado para hacer esa tarea y que el resto de las horas que ellos me habían propuesto (muchísimas más) seguramente habían estado haciendo otra cosa”.

La asertividad de la protagonista pudo contribuir a generar consenso en la situación dada, ya que al manifestar su opinión de manera respetuosa y defender sus intereses, abrió la posibilidad de diálogo y negociación con los hombres que habían podado sus viñas. Es decir, su actitud asertiva fomentó la consideración de las diferentes perspectivas, contribuyendo a generar consenso en la situación.

Trabajar con eficiencia

Algo que también la caracteriza es la eficiencia que demuestra en todos sus trabajos, tanto como cuando era comercial, como cuando ha trabajado en bodegas (véase Figura 30 en la página 204). Esto lo demuestra con su discurso y es algo que han visto en ella dos de las personas que más le apoyan. Su mentor y una de sus amigas, quien sabe que es la persona idónea para ocupar un puesto de liderazgo en su bodega. Además, la **eficiencia** es algo que demuestra cuando habla de lo que más le gusta del sector: la poda. Ella misma indica: “*Yo veía videos de YouTube para aprender. Mi padre me preguntaba: ¿pero tú sabes? Y yo, que soy muy echada para delante le decía “claro que sí”. También les preguntaba a amigos sobre como podar. Porque, además, yo tengo dos variedades: verdejo y viura. Cada una de ellas se poda de una manera diferente, porque las primeras yemas del verdejo no son nada fértiles, eso quiere decir que no da uvas, solo las siguientes. Entonces, hay que hacer podas largas llamadas “Guyot”. Esto consiste en dejar cada año un pulgar y una vara”.* En su discurso se puede observar su disposición a cumplir adecuadamente una función.

Adaptarse al cambio

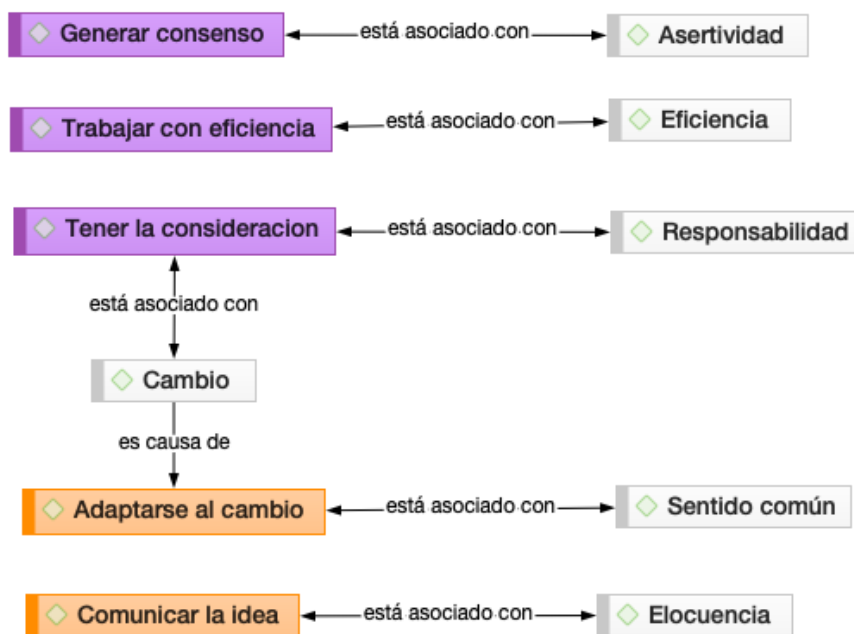
La capacidad para considerar razonablemente las situaciones y tomar decisiones basadas en su **sentido común** es admirable, lo que le facilita adaptarse con facilidad a diferentes circunstancias. Su sentido común le permite evaluar las circunstancias y tomar decisiones razonadas en cada momento. Es posible que el origen de esto se deba a los diversos cambios de residencia y colegio experimentó durante su infancia.

Comunicar la idea

En su relato, Teresa demostró su capacidad para comunicar ideas (Figura 30 en la página 204). Destacaba por su **elocuencia** y la fluidez que transmitía al exponer sus ideas de manera clara.

Su capacidad para comunicar de manera efectiva le permitía expresar sus pensamientos y transmitir sus mensajes de forma coherente.

Figura 30. Análisis de la trayectoria vital de Teresa desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (1)



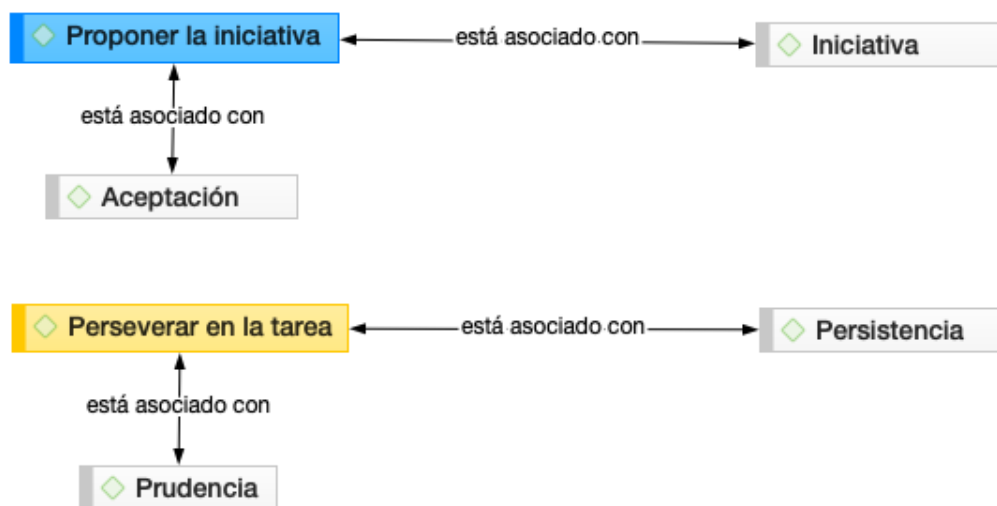
Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Tener la consideración

Esta competencia transversal se destaca en la historia de Teresa a través de varias manifestaciones. En primer lugar, ella tiene un profundo compromiso por preservar los viñedos de su abuelo. Su constante dedicación y esfuerzo sacarlos adelante demuestran su consideración hacia el legado de su abuelo, así como la **responsabilidad** que siente hacia ellos. En segundo lugar, la protagonista muestra consideración al valorar la calidad del vino español en comparación con los productos de otros países. Durante sus viajes al extranjero, se percató de que los vinos de otros países no tenían la misma calidad que los de España, sin embargo, se comercializaban de manera exitosa, mientras que en nuestro país aún debemos aprender a vender la calidad que tenemos. Esta observación provocó en ella la esperanza y motivación de promover un **cambio** en la valoración del vino español, de manera que se produzca una valoración más justa en el mercado internacional (véase Figura 30). Con relación a esto, señala: *“Mi estancia en California me sirvió para valorar más lo que tenemos en España, tanto en calidad del viñedo y vino. Y, sobre todo, que nuestro gran fallo es el marketing, pues no sabemos vender la calidad de vino que tenemos. Esas fueron mis conclusiones. Allí tenían unos viñedos penosos, la uva era terrible, las vinificaciones se basaban en recetas, todo estaba medido. Pero claro, todo eso luego lo venden a un altísimo precio. En España hacemos mejor vino, pero no lo sabemos vender?”*.

“En España hacemos un vino excelente, pero no lo sabemos vender”

Figura 31. Análisis de la trayectoria vital de Teresa desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Perseverar en la tarea

Desde que comenzó a trabajar los viñedos de su abuelo, ha demostrado tener un destacado nivel de perseverancia en sus tareas (véase Figura 31). Esto es visible en la dedicación incansable que tiene trabajando sus viñas y su firme coraje por sacarlas adelante. La protagonista muestra una gran **persistencia** al combinar su trabajo diario con el cuidado y cultivo de sus viñedos, aunque, en ocasiones, es consciente de que no puede con todo. Aun así, muestra una constancia admirable, la cual podemos ver en las siguientes líneas: “*Me ha costado mucho delegar las tareas de las viñas. Quiero hacerlo todo yo, pero soy consciente de que ahora mismo no puedo porque no tengo tiempo. Por ejemplo, este invierno dejé de tener vida social aparte del trabajo. Tenía el trabajo de comercial y también podaba de lunes a domingo*”. Sin embargo, también destaca por ser **prudente** y no arriesgarse hasta que tiene un control completo de la situación. Esta combinación de persistencia y prudencia le permitirá alcanzar resultados sólidos y mantener un progreso constante en su proyecto. Con relación a esto, argumenta: “*Considero que soy valiente por querer seguir con las viñas de mi abuelo para adelante, pero muchas veces pienso en lo que me dice mi padre [...] él me dice que no me van a sostener económicamente y que debería de rentarlas. Intento ser prudente y pensar en los riesgos que conlleva seguir trabajándolas y, en algunas ocasiones, pienso que mi padre lleva razón. Pero, cuando estoy en las viñas siento que merece la pena. Por eso no he abandonado*”.

Proponer la iniciativa

Teresa presenta un destacado nivel de desarrollo en la competencia transversal de proponer iniciativas (véase Figura 31 en la página 205). Esto se puede observar en su capacidad de tomar la **iniciativa** en cuanto a la poda de sus viñas se refiere. La protagonista muestra una actitud proactiva al realizar esta tarea e intentar llevarla a cabo de manera eficiente. En sus propias palabras: “*cuando empecé a podar, al principio no sabía ni por dónde empezar. Hacía lo que podía. Yo a mi padre le decía que sabía y el me creía*”. En relación con esta competencia, destacamos la **aceptación** que muestra sobre su situación. Su deseo es convertirse en joven agricultora y vivir de su propio proyecto. Sin embargo, reconoce y acepta que esta meta será un reto más complicado de conseguir debido a la falta de antecedentes emprendedores en el sector. Gracias a su iniciativa y trabajo constante, superará este obstáculo y logrará alcanzar su objetivo. Con referencia a esto, la protagonista argumenta: “*cuando terminé la carrera, mi idea era incorporarme como joven agricultora. Lo venden muy bien por ser joven y mujer. Para hacer la incorporación me pedían 5 hectáreas más de lo que tengo y también hacer muchísimas inversiones. Llegué a la conclusión de que lo mejor era pedir media unidad de trabajo para poder compaginarlo con otro trabajo. Pero claro, pedían invertir en maquinaria que yo no tengo. Si tienes la suerte de que tu familia ha sido agricultora y tiene un tractor, por ejemplo, es algo que no tienes que comprar. Pero yo empiezo desde cero*”.

3.2 Trazado del perfil emprendedor de Teresa

Teresa, valiente, apasionada y proveniente de la ciudad, ha decidido tomar las riendas del viñedo de su abuelo. Se encuentra en el momento inicial de su emprendimiento y su gran sueño es construir una bodega y hacer su propio vino. Aunque cuando comenzó carecía de experiencia previa en el mundo del vino, más allá de los recuerdos de su infancia en la viña, está dispuesta a aprender y crecer en el sector. Con su mentalidad autodidacta y perseverante, pretende innovar en la poda de sus viñas, combinando técnicas tradicionales con nuevas tendencias.

En la Tabla 31 se expone el perfil de Teresa siguiendo las variables de identificación, biográficas, personales, sobre el empleo, emprendedoras y formativas.

Tabla 31. Perfil de Teresa

Variables de identificación	
Propiedad	Viñedo
Sello de calidad	D.O. Rueda
Variables biográficas	
Edad	28
Lugar de nacimiento	Valladolid
Estado civil	Soltera
Hijos	No
Variables personales	

Rasgos de personalidad	Asertividad – eficiencia – iniciativa – aceptación – sentido común – elocuencia – responsabilidad – persistencia - prudencia
Variables sobre el empleo	
Experiencia previa	Vendimia en Napa Valley, California Comercial
Empleo del padre	Electricista
Empleo de la madre	Enfermera
Variables de formación	
Formación	Grado en Enología
Cursos para emprender	Si y autodidacta
Variables sobre el emprendimiento	
Antecedentes de emprendimiento femenino	No
Motivación	Pasión por el sector vitivinícola Conseguir objetivos profesionales Sacar adelante los viñedos de su abuelo
Experiencia como emprendedora	2 años desde que comenzó a trabajar sus viñedos
Desafío	Construir su propia bodega Continuar trabajando sus viñas Adquirir un tractor Plantar cinco hectáreas de pistachos para alcanzar la Unidad de Trabajo Agrario (UTA)
Dificultades	Trámites burocráticos Financiación Búsqueda de un equipo adecuado Viabilidad del proyecto
Competencias emprendedoras	Generar consenso - trabajar con eficiencia - adaptarse al cambio comunicar la idea - tener la consideración - perseverar en la tarea - proponer la iniciativa

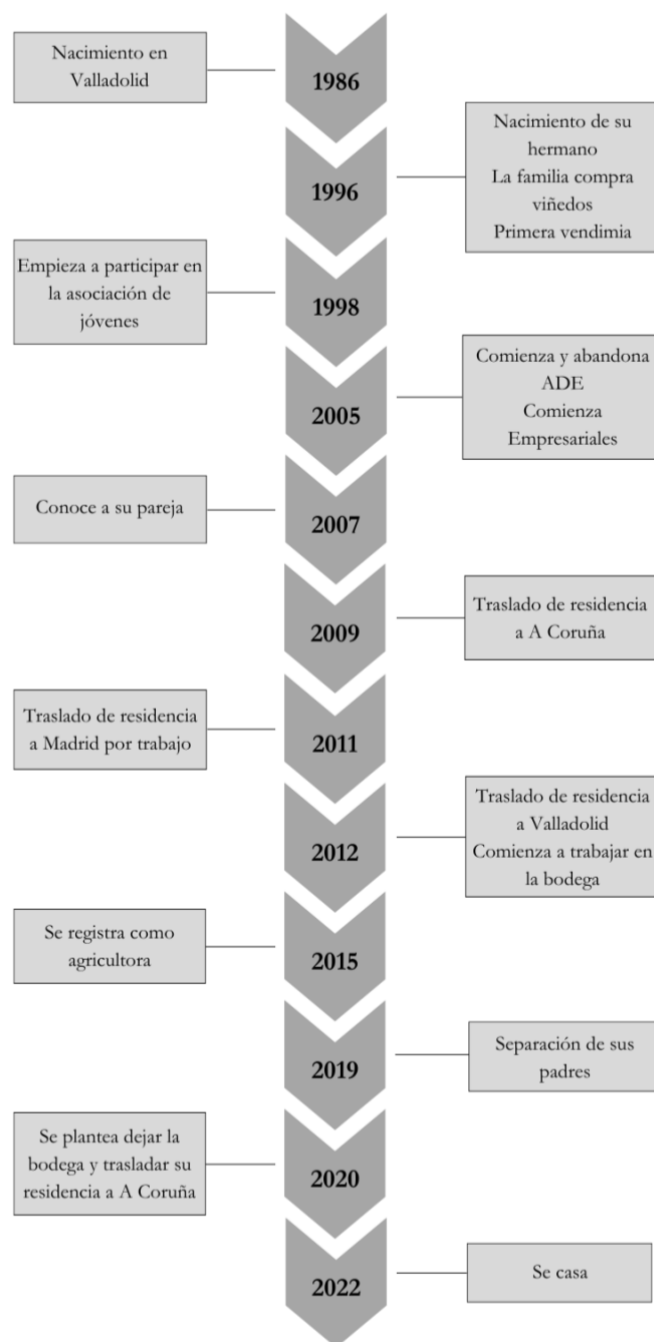
Fuente: elaboración propia a partir del análisis del relato de vida de Teresa

En resumen, Teresa es un inspirador ejemplo de mujer que se adentra en el sector vitivinícola con nada más que sus recuerdos de la infancia, una gran ilusión y una profunda pasión por el vino y la viticultura. Aunque no ha heredado recursos para continuar con el viñedo de su abuelo, está decidida a comenzar desde cero y construir su propio camino en el sector vitivinícola.

4 Historia de Yara

Tras recopilar los datos que han permitido trazar la biografía de Yara (véase Apéndice 7.4), hemos podido extraer los momentos cruciales y las etapas más significativas de su recorrido personal y profesional en una línea de la vida (véase Figura 32 en la página 208). Esta línea de tiempo no solo es un recurso visual esencial, sino que también es un pilar fundamental en la metodología de análisis, pues ayudará a entender mejor quien es Yara y cómo ha evolucionado en el tiempo.

Figura 32. La línea de vida de Yara



Fuente: elaboración propia a partir del análisis del relato de Yara

4.1 Análisis de su relato de vida

Algunos rasgos distintivos de Yara son la resistencia, la resiliencia, la voluntad, la cooperación, la naturalidad, la iniciativa, la vitalidad, la integridad y el optimismo, entre otros. El conjunto de rasgos que distinguen la personalidad de la protagonista y las diversas situaciones que

ha enfrentado a lo largo de su vida han dado lugar al desarrollo de competencias transversales que están siendo fundamentales en su proceso emprendedor. A través de sus relatos, se han identificado varias competencias que distinguen su trayectoria. Estas incluyen la capacidad para gestionar los cambios, orientarse al objetivo, negociar acuerdos, cooperar con planes, proponer la iniciativa, cumplir el compromiso, respetar los valores, planificar las acciones, emprender ideas, comunicarlas y dirigir personas. A continuación, indagaremos sobre cada una de estas competencias, relacionándolas con los diferentes aspectos de su vida

Gestionar el cambio

En el análisis su relato, se destaca la presencia de la competencia transversal de gestionar los cambios (véase Figura 33 en la página 210). Si tenemos en cuenta los diversos acontecimientos que ha experimentado a lo largo de su vida, es posible que la protagonista haya adquirido esta capacidad durante su infancia, cuando tuvo que enfrentar situaciones adversas en un colegio y fue trasladada a otro, logrando adaptarse rápidamente y estableciendo nuevas amistades de manera exitosa. Ella señala: *“Siempre me quedo con lo bueno. Creo que soy así por mi etapa en el colegio. Sufrí bullying. Me lo hicieron porque me hice amiga de una chica que ya lo sufría y entonces nos lo empezaron a hacer a las dos. Me tuvieron que cambiar de colegio una vez. Cuando empecé en el nuevo colegio coincidí con muchos compañeros de mis actividades en la parroquia. Enseguida hice amigos e hicimos grupo”*. En lugar de sentirse abrumada, demostró una gran **resistencia** para adaptarse y hacer frente a las circunstancias con optimismo.

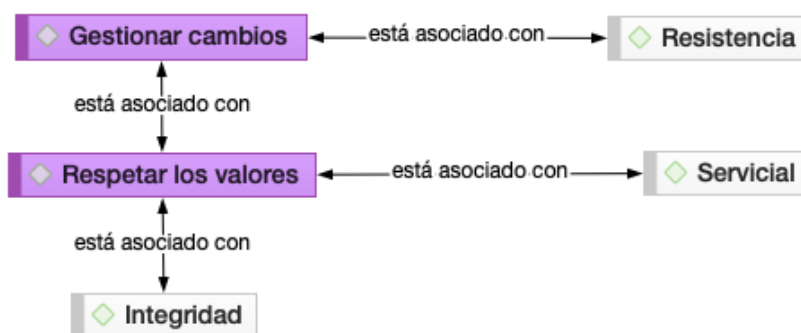
Es importante destacar que la competencia de gestionar los cambios no se limita únicamente a esa experiencia de su infancia. A lo largo de su vida, Yara ha demostrado una notable capacidad para enfrentarse y adaptarse a diferentes situaciones cambiantes: desafíos profesionales o diferentes cambios en su entorno familiar, tales como la separación de sus padres.

Respetar los valores

La anterior competencia se relaciona estrechamente con la de respetar los valores, ya que, en la vida de Yara, marcada por cambios presentes y futuros, su capacidad para enfrentarlos respetando sus valores, demuestra una sólida habilidad en ambas áreas (véase Figura 33 en la página 210). En su discurso, destaca haber obtenido una gran cantidad de valores mientras hacía voluntariado, además de aprender a respetar los valores de los demás. Se define a sí misma como una persona **servicial**, siempre dispuesta a brindar ayuda cuando se le necesita, su actitud altruista y su disposición para colaborar activamente se reflejan en su participación en proyectos de servicio comunitario en la iglesia: *“Recuerdo que en las marchas se aprendía muchísimo. Las marchas las hacíamos en la montaña y solo llevábamos una mochila. Nosotros teníamos que prepararnos la comida, cargar con las cazuelas, las sartenes... Todo era muy comunitario, teníamos que compartir, animar al de al lado cuando veíamos que no*

podía más en la marcha, al que se caía, al que se hacía una ampolla y no podía andar”. Además, su **integridad** se puede observar tanto en su práctica como en su actitud. Se muestra como una persona honesta, íntegra y coherente con sus valores. Esto se evidencia en la situación en la que se encuentra con su pareja, ya que ambos mantienen una relación a distancia y continuarán haciéndolo por el momento debido a que sus valores no les permiten renunciar a sus respectivos trabajos. En esta decisión se demuestran sus valores personales y profesionales, destacando su integridad y su manera de vivir de acuerdo con sus principios. Con relación a esto, destaca lo siguiente: *“De momento llevamos y vamos a llevar una relación a distancia, yo trabajaré en la bodega y cuando tenga semanas libres en las que solo tenga que dedicarme al papeleo, me iré a hacer teletrabajo a Galicia para estar con él. En el caso de que tengamos niños, la idea es que ellos se queden en el pueblo con él. El será el encargado de cuidarlos con ayuda de su madre y yo estaré yendo y viniendo. Esto es raro verlo en una mujer, porque en hombres estamos totalmente acostumbrados a verlo. Un camionero se va, está fuera toda la semana y vuelve los fines de semana y no pasa nada. Al ser mujer es más extraño, pero en este caso tiene que ser así si no quiero sacrificar mi trabajo”.*

Figura 33. Análisis de la trayectoria vital de Yara desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (1)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Negociar el acuerdo

En el análisis se destaca su capacidad para negociar acuerdos, la cual posiblemente adquirió durante sus años de voluntariado (véase Figura 34 en la página 212). Durante sus años de voluntariado, la protagonista tuvo la oportunidad de interactuar con diferentes personas. A través de la colaboración con otros voluntarios y la interacción con las personas a las que brindaba apoyo, pudo aprender a encontrar soluciones comunes, a ceder cuando era necesario y a buscar un equilibrio que satisficiera a todas las partes involucradas. En este contexto de voluntariado, se pueden observar la **voluntad** y la **cooperación** que ha demostrado a lo largo de su vida. Esta voluntad es la que la ha impulsado a perseverar en la consecución de sus objetivos, mientras que la cooperación le ha permitido establecer relaciones constructivas.

Es interesante destacar que ha expresado cómo esos años de voluntariado le brindaron un profundo crecimiento personal. Durante ese tiempo, adquirió valiosos valores y aprendizajes que han ayudado a forjar su identidad actual. Estos aprendizajes moldearon su comprensión, empatía y adaptabilidad, aspectos necesarios para negociar acuerdos y que influyen en la manera en la que se relaciona con los demás. Ella misma señala: *“Aprendí muchísimo esos años. En el momento no te das cuenta, pero a lo largo de los años te das cuenta de que muchas de las herramientas que utilizamos en nuestro día a día y en nuestro trabajo, yo, en mi caso, las adquirí ahí. Trabajando o colaborando en actividades de ocio y tiempo libre tienes muchas vivencias que te ayudan a madurar, a tomar decisiones y a ayudar al que tienes al lado”*.

Cooperar con el plan

Con relación a la anterior competencia y los rasgos de personalidad de voluntad y cooperación previamente mencionados, Yara ha demostrado una destacada capacidad para cooperar con un plan establecido (véase Figura 34 en la página 212). Durante su periodo de voluntariado, aprendió a trabajar en equipo, a coordinarse con otros voluntarios y a alinear sus esfuerzos con los objetivos establecidos por la organización en la que participaba. Estas experiencias reforzaron su capacidad para colaborar de manera efectiva en la consecución de un plan común. Su **naturalidad** y espontaneidad le permitieron abordar esos planes de manera fluida y sin esfuerzo, adaptándose de manera natural a las circunstancias que surgían, lo que le facilitaba colaborar con los demás de manera natural y contribuyendo de manera efectiva al logro de los resultados deseados.

“En el voluntariado tienes muchas vivencias que te ayudan a madurar, a tomar decisiones y a ayudar al que tienes al lado”

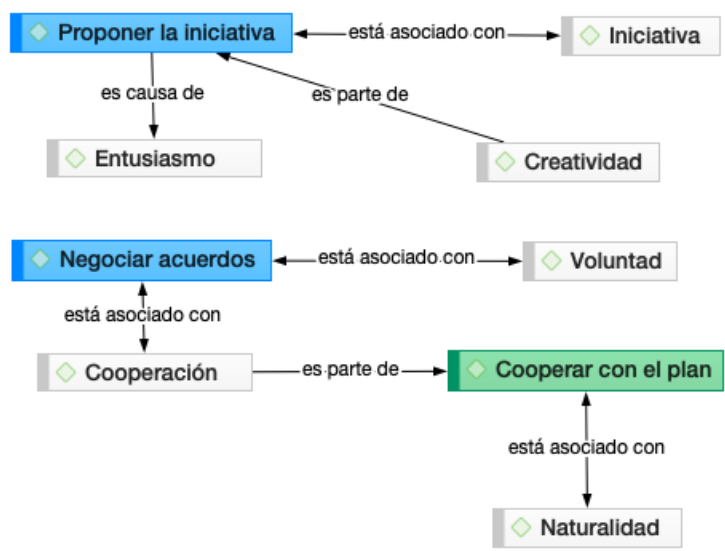
Yara recuerda algunos de sus aprendizajes como voluntaria: *“la asociación me aportó muchos valores. Me enseñó a ser responsable, porque tenía muchos chicos a mi cargo que tenía que atender y era la responsable de que no les pasara nada. También aprendí a organizar y planificar actividades. Aprendí muchísimo esos años. En el momento no te das cuenta, pero a lo largo de los años te das cuenta de que muchas de las herramientas que utilizamos en nuestro día a día y en nuestro trabajo. Colaborando en actividades de ocio y tiempo libre tienes muchas vivencias que te ayudan a madurar, a tomar decisiones y a ayudar al que tienes al lado.”*

Proponer la iniciativa

Ha demostrado tener un alto nivel de desarrollo de la competencia transversal de proponer la iniciativa, lo cual se refleja en su capacidad de generar nuevas ideas. Aunque no lidera el negocio individualmente, ya que trabaja en colaboración con su padre y su hermano, asume la **iniciativa** en la mayoría de las tareas que realiza. Esta evidencia se puede observar al analizar los videos que

comparte en sus redes sociales. Estos contenidos son una manifestación tangible de su iniciativa, ya que demuestran su capacidad para tomar la iniciativa y llevar a cabo diferentes actividades con **entusiasmo** y **creatividad** (véase Figura 34).

Figura 34. Análisis de la trayectoria vital de Yara desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Orientarse al objetivo

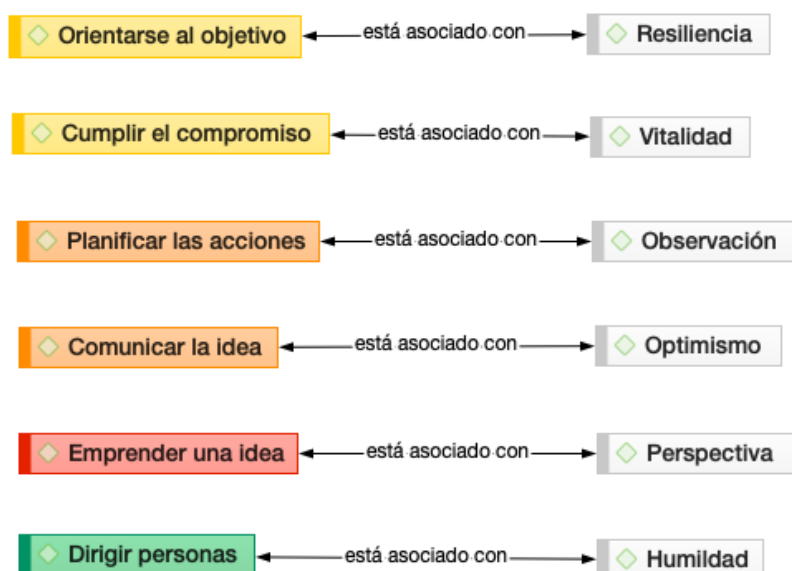
A lo largo de diferentes acontecimientos y adversidades que ha experimentado en su vida, ha demostrado una notoria claridad y determinación en su objetivo principal (véase Figura 35 en la página 213). Un aspecto fundamental que destaca es su **resiliencia**, entendida como el proceso de adaptación positiva ante una adversidad o trauma significativo, como lo fue la separación de sus padres. Su resiliencia se ha manifestado a través de su capacidad para enfrentar y sobrellevar las dificultades emocionales y los cambios en su entorno familiar. Ha logrado aprender de las circunstancias difíciles, ajustarse de manera saludable y seguir avanzando hacia la consecución de su objetivo.

Cumplir el compromiso

En el todo su discurso se destaca su capacidad para cumplir cuando se compromete a hacer algo (véase Figura 35 en la página 213). Posiblemente esta competencia transversal la adquirió durante su infancia debido a la multitud de responsabilidades que asumía: *“tanto mi hermano como yo, siempre teníamos muchas actividades extraescolares, compromisos y obligaciones. Yo me comprometía a ir a las reuniones de los sábados de la parroquia e iba porque era mi obligación”*. Desde pequeña, ha estado inmersa en una variedad de compromisos y responsabilidades, lo que ha contribuido a su capacidad para

cumplir lo acordado. Ya sea en actividades extraescolares o proyectos comunitarios, ha demostrado un compromiso y una dedicación constante para cumplir con sus responsabilidades.

Figura 35. Análisis de la trayectoria vital de Yara desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (3)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Su **vitalidad** juega un papel fundamental en el desarrollo de esta competencia. Yara muestra una actitud entusiasta, lo que le impulsa a asumir y llevar a cabo sus compromisos con pasión. Su vitalidad le proporciona la energía necesaria para enfrentar los obstáculos y mantenerse firme en su compromiso. Este rasgo combinado con la competencia de cumplir el compromiso ha sido un factor clave en el éxito de Yara. Le ha permitido fortalecer su capacidad para alcanzar sus objetivos y superar los obstáculos que se han presentado en su camino.

Planificar la acción

Yara ha demostrado tener una destacada capacidad para planificar acciones (véase Figura 35). Esta competencia puede haberla adquirido durante su experiencia como voluntaria, específicamente en la planificación de marchas y actividades en campamentos de verano. Como parte de su rol en el voluntariado, ella aprendió a observar los recursos disponibles, así como las necesidades y características de los participantes. En la actualidad, esta **observación** la aplica directamente como emprendedora a la hora de planificar las acciones. Ella señala: “*Soy una persona muy organizada. Para mí el año empieza en septiembre y siempre me planifico y organizo para ello. Para mi septiembre significa preparación de uva, de bodega y control de viñedo*”. En la planificación de las acciones, la observación juega un papel importante. La observación y el análisis de sus viñedos y sus vinos que

hace a lo largo del año le permite planificar y anticiparse a las tareas necesarias, asegurando que esté preparado para el inicio de la temporada en septiembre y que todas las acciones requeridas se lleven a cabo de manera efectiva.

Emprender una idea

Yara destaca su capacidad de emprendimiento (véase Figura 35 en la página 213). Para ella, emprender implica desafiarse a sí misma, establecer objetivos e intentar conseguirlos. Sin embargo, lo que distingue su enfoque es la capacidad para ver el emprendimiento desde diversas perspectivas, lo cual refleja la **perspectiva** como rasgo de personalidad aplicado al acto de emprender ideas. En su discurso, señala emocionada: *“a mi emprender me hace muchísima ilusión porque significa que he conseguido mi objetivo. Por un lado, el viñedo me encanta, es súper bonito ver cómo crece la cepa y las uvas, pero la bodega, hacer tu propio vino, ir a un bar y ver tu vino o que un amigo te diga lo bueno que está tu bueno, eso me llena muchísimo”*.

“Emprender es ponerte retos, objetivos e intentar conseguirlos. No es un trabajo monótono, cada día es nuevo”

Su perspectiva en el emprendimiento le ha permitido adoptar diferentes puntos de vista y considerar múltiples enfoques al desarrollar una idea emprendedora. Ella entiende que existen distintas formas de abordar un desafío o una oportunidad de negocio y no se limita a una única visión preconcebida. Por ejemplo, con la llegada de la pandemia tuvieron que anular un pedido de vino hecho para enviarlo a China, el cual ya estaba totalmente elaborado. Barajó varias ideas y finalmente convirtieron ese vino en una edición especial para conmemorar el 20 aniversario de la bodega.

Comunicar la idea

Su capacidad para expresarse con claridad y transmitir sus pensamientos de forma efectiva es evidente en su relato (véase Figura 35 en la página 213). Utiliza un lenguaje que inspira a los demás y crea un ambiente positivo a su alrededor. Además, el **optimismo** que transmite en su forma de comunicarse refleja su actitud positiva hacia la vida y sus experiencias. En su relato, ella se enfoca en las lecciones aprendidas, en el crecimiento personal y en las oportunidades que han surgido de las situaciones difíciles que ha tenido.

Dirigir personas

En varios apartados de su relato destaca su notable competencia para dirigir personas, pero de una manera diferente a los otros casos. En lugar de ejercer el liderazgo desde una posición de

autoridad, ella lo hace desde la **humildad**. Esta característica distintiva ha sido fundamental para ganarse el respeto de las personas que trabajan con ella. Es a través de su humildad que logra inspirar a los demás y obtener resultados significativos de ellos. Lo demuestra con las palabras que relata: *“Cuando busco gente para trabajar en la bodega busco a alguien con ilusión y con ganas de aprender. No me importa que no tenga experiencia, me importa que quiera aprender y que sea responsable. No tengo problema en enseñarle yo. Y sobre todo que valore el trabajo en equipo. Cuando no se trabaja en equipo hay muchos errores y no se trabaja a gusto. Es muy importante el trabajo en equipo y apoyar a tu compañero porque cualquiera nos podemos equivocar?”*.

4.2 Trazado del perfil emprendedor de Yara

Yara, a pesar de haber nacido y crecido en la ciudad, tiene raíces profundamente arraigadas en el medio rural. Su emprendimiento surgió como una oportunidad laboral que le presentó su padre, la cual despertó su interés y confirmó su pasión por el mundo del vino. Aunque no asume el liderazgo directo e individual del negocio, el cual comparte con su padre y su hermano, representa lo que se conoce como liderazgo invisible, desempeñando un papel activo en la toma de decisiones.

En la Tabla 32 se expone el perfil de María Teresa siguiendo las variables de identificación, biográficas, personales, sobre el empleo, emprendedoras y formativas.

Tabla 32. Perfil de Yara

Variables de identificación	
Propiedad	Viñedo y bodega
Sello de calidad	D.O. Ribera del Duero
Variables biográficas	
Edad	37
Lugar de nacimiento	Valladolid
Estado civil	Soltera
Hijos	No
Variables personales	
Rasgos de personalidad	Resistencia – resiliencia – voluntad – cooperación – naturalidad – iniciativa – vitalidad – integridad – optimismo – entusiasmo – creatividad – servicio – observación – perspectiva – humildad
Variables sobre el empleo	
Experiencia previa	Contable en una consultoría
Empleo del padre	Agricultor
Empleo de la madre	Agricultora y gerente de una pensión
Variables de formación	
Formación	Diplomatura en Empresariales Máster en Contabilidad y Auditoría
Cursos para emprender	Si
Variables sobre el emprendimiento	
Antecedentes de emprendimiento femenino	Si

Motivación	Pasión por el sector vitivinícola Continuar con la herencia familiar
Experiencia como emprendedora	11 años
Desafío	Continuar con el negocio familiar
Dificultades	Trámites burocráticos Desigualdad de género
Competencias emprendedoras	Gestionar el cambio - respetar los valores - negociar el acuerdo - cooperar con el plan - proponer la iniciativa - orientarse al objetivo - cumplir el compromiso - planificar la acción - emprender una idea - comunicar la idea - dirigir personas

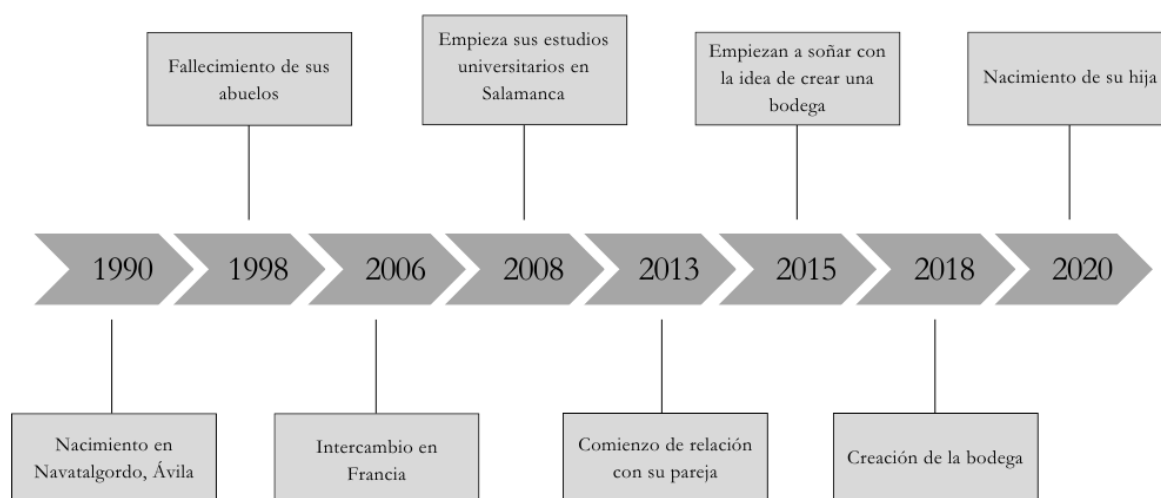
Fuente: elaboración propia a partir del relato de vida de Yara

En resumen, Yara presenta un perfil de mujer emprendedora único, en el cual su conexión con sus orígenes rurales y su pasión por el mundo del vino se combinan para promover su liderazgo invisible, contribuyendo al crecimiento y éxito del negocio compartido con su padre y su hermano. Su enfoque emprendedor transmite una pasión auténtica que dejará huella en el sector vitivinícola de la región.

5 Historia de Esther

Tras recopilar los datos que han permitido trazar la biografía de Esther (véase Apéndice 7.5), hemos podido extraer los momentos cruciales y las etapas más significativas de su recorrido personal y profesional en una línea de la vida (véase Figura 36 de la página 217). Esta línea de tiempo no solo es un recurso visual esencial, sino que también es un pilar fundamental en la metodología de análisis, pues ayudará a entender mejor quien es Esther y cómo ha evolucionado en el tiempo.

Figura 36. La línea de vida de Esther



Fuente: elaboración propia a partir del relato de vida de Esther

5.1 Análisis de su relato de vida

Algunos rasgos distintivos de Esther son la persistencia, la resiliencia, la perseverancia, la imaginación, la adaptabilidad, la iniciativa, la creatividad y la originalidad, entre otros. El conjunto de rasgos que distinguen la personalidad de la protagonista y las diversas situaciones que ha enfrentado a lo largo de su vida han dado lugar al desarrollo de competencias transversales que están siendo fundamentales en su proceso emprendedor. A través de sus relatos, se han identificado varias competencias que distinguen su trayectoria. Estas incluyen la capacidad para perseverar en la tarea, orientarse al objetivo, enfrentar la incertidumbre, buscar la sostenibilidad, proponer la iniciativa, fomentar la innovación, estar comprometida, planificar la acción y adaptarse a los cambios. A continuación, indagaremos sobre cada una de estas competencias, relacionándolas con los diferentes aspectos de su vida:

Perseverar en la tarea

En el análisis de su vida, se destaca la competencia transversal de perseverar en la tarea, evidenciando una marcada **persistencia** a lo largo de su trayectoria en el sector vitivinícola (véase Figura 37 en la página 218). Un ejemplo claro de esta competencia se manifiesta en la adquisición de su primer viñedo abandonado en el año 2017, el cual presentaba un estado desamparado. A pesar de los consejos de su familia de abandonar el proyecto, ella y su pareja persistieron en su objetivo de recuperar y revivir aquel viñedo. Tras mucho trabajo, su afán de conservar los viñedos

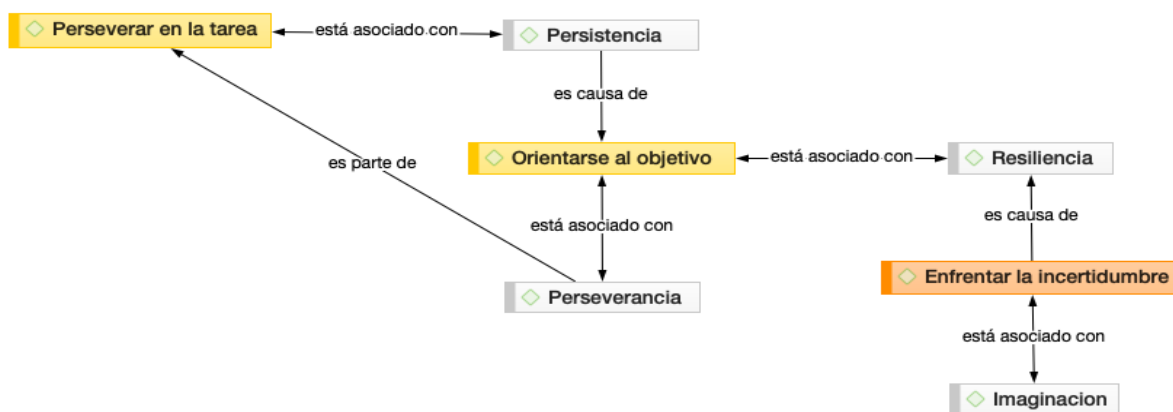
antiguos finalmente dio resultados y, hoy en día, ese viñedo y otros recuperados, siguen dando cosecha. Respecto a esta experiencia, Esther relata lo siguiente: *“en el 2017 adquirimos nuestro primer viñedo abandonado para recuperarlo, parecía más un prado que un viñedo, la gente nos decía que, si “delirábamos”, “que eso estaba muerto”, “que lo arrancáramos y plantáramos nuevo” ... Pero nosotros, persistimos, lo podamos, lo abonamos con estiércol ecológico e incluso en verano regamos cepa por cepa. Nuestro afán de recuperación y de mantener los viñedos viejos dieron sus frutos y actualmente está viña goza de una gran salud y vigor, al igual que otras que hemos ido recuperando a lo largo de estos años”*. Su persistencia y la de su pareja se convirtió en la motivación impulsora de la resurrección de terrenos abandonados, demostrando el valor de su competencia para perseverar la tarea a pesar de los obstáculos y las dudas externas.

Orientarse al objetivo

La competencia de orientarse al objetivo se manifiesta de manera destacada en su relato (véase Figura 37). A lo largo de su trayectoria, ha demostrado tener la capacidad para fijar metas claras y trabajar incansablemente para conseguirlas, incluso atravesando desafíos y adversidades. El ejemplo más claro lo encontramos en la recuperación de los viñedos abandonados. A pesar de la desestimación inicial de muchas personas y las dificultades hacer revivir esos viñedos, mantuvo la mirada fija en su objetivo. Su capacidad para mantenerse enfocada en su meta, a pesar de las dificultades, resalta el desarrollo de esta competencia.

La **resiliencia** y la **perseverancia** de Esther desempeñan un papel crucial en el desarrollo de esta competencia. Estos rasgos le permiten superar obstáculos y adaptarse a situaciones cambiantes sin perder de vista su objetivo. Su determinación para recuperar los viejos viñedos, a pesar de los desafíos y las dudas externas, refleja cómo su perseverancia es la base sobre la cual se construye su éxito.

Figura 37. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (1)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Enfrentar la incertidumbre

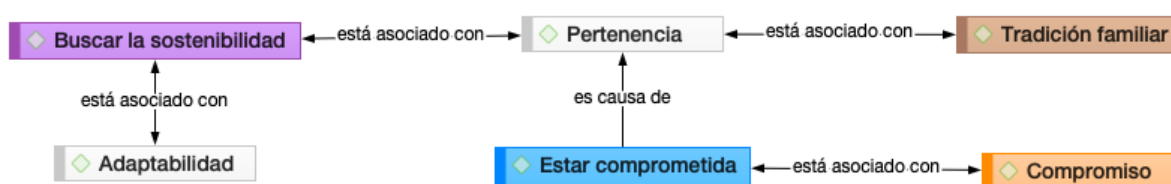
La capacidad de enfrentar la incertidumbre se manifiesta en su objetivo profesional: revitalizar viñedos antiguos que están abandonados (véase Figura 37 en la página 218). Es importante destacar que el sector vitivinícola en sí mismo ya conlleva mucha incertidumbre, lo cual aumenta cuando se trata de viñedos abandonados. En este caso, la incertidumbre se profundiza debido a la naturaleza desconocida de la calidad y cantidad de la cosecha, ya que los viñedos pueden presentar desde problemas de salud de las vides hasta la necesidad de restaurar integralmente el terreno. La incertidumbre se desarrolla también en la inversión de tiempo y recursos, ya que no se puede garantizar con certeza el rendimiento deseado.

En este contexto, la competencia de enfrentar la incertidumbre se vuelve aún más esencial. La capacidad de tomar decisiones, adaptarse a los cambios y encontrar soluciones se convierte en lo fundamental en este tipo de viñedos. A través de su **resiliencia e imaginación**, demuestra una capacidad muy desarrollada para enfrentar la incertidumbre, algo que juega un papel importante en su éxito en el sector vitivinícola.

Buscar la sostenibilidad

Se destaca de manera significativa la competencia de buscar la sostenibilidad, la cual se manifiesta a través de sus viñedos plantados de manera ecológica (véase Figura 38). Esto está estrechamente relacionado con la **pertenencia** que ella siente hacia su pueblo y sus viñas, así como su incansable afán por recuperar los viñedos viejos de la región. De ahí viene su compromiso con la sostenibilidad. La conexión emocional con su pueblo y sus viñas la motiva a preservar el entorno natural y a asegurar que las futuras generaciones puedan disfrutar de un entorno vitivinícola saludable y sostenible. La protagonista señala: *“pienso en sacar esto adelante por mi hija, para que pueda tener algo en el futuro. Deseo que le guste este mundo y pueda seguir con nuestro legado. Ella se está criando entre viñedos y disfruta muchísimo. Tengo esa ilusión. Pienso que, si yo he podido llegar hasta aquí, ojalá, mi hija, pueda llegar más lejos”*.

Figura 38. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Su deseo de recuperar los viñedos viejos y hacerlos ecológicos demuestra una **adaptabilidad** en su enfoque hacia la viticultura. En lugar de seguir modelos convencionales, busca rescatar variedades autóctonas, adaptándose a métodos más ecológicos y sostenibles. Esta adaptabilidad refleja su competencia para adaptarse a nuevas formas de producción que favorecen el bienestar del medio ambiente y la conservación del patrimonio vitivinícola local.

Estar comprometida

El **compromiso** es algo que está vigente en todo el relato (véase Figura 38 en la página 219). Desde sus primeros pasos en el sector vitivinícola, la protagonista ha demostrado su profundo interés y dedicación hacia la consecución de sus objetivos. Su fuerte vínculo con la sostenibilidad, su capacidad para perseverar y enfrentar la incertidumbre y la adversidad, su búsqueda de la excelencia a través de la formación y su determinación para liderar su proyecto reflejan un profundo compromiso en su camino emprendedor.

El compromiso que tiene hacia la vitivinicultura de su pueblo unido a su persistencia ha sido fundamental para labrar su camino y conseguir su objetivo.

Proponer la iniciativa

La capacidad de proponer la iniciativa es evidente a lo largo de toda su vida y se destaca en varias acciones significativas, como cuando decidió irse a Francia con tan solo 17 años. Esta elección demuestra su disposición para tomar la iniciativa de buscar nuevas experiencias enriquecedoras (véase Figura 39 en la página 221).

Además, su **iniciativa** se refleja en su relación personal. En 2013, cuando era una adolescente, le formuló la propuesta de crear una bodega en el futuro, lo que subraya su habilidad para imaginar y planificar proyectos a largo plazo. Este acto demuestra cómo su disposición a proponer nuevas ideas y aventurarse en proyectos innovadores ha sido constante en su vida.

El vínculo entre la capacidad de proponer la iniciativa y la **aceptación** es importante en estos ejemplos. No solo ha demostrado tener la valentía de proponer nuevas ideas, sino que también ha tenido que aceptar los desafíos y responsabilidades que surgen de estas iniciativas. Su capacidad para aceptar la realidad, trabajar en conjunto con su pareja y superar obstáculos resalta su madurez, algo que es crucial para convertir las iniciativas en realidad.

Figura 39. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (3)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Promover la innovación

La competencia de fomentar la innovación es otro aspecto destacable de Esther (véase Figura 39). Un ejemplo de esta se observa en la **creatividad** con la que aborda la elaboración de las botellas de sus vinos y su mensaje. En este sentido, Cada botella es un claro reflejo de la **originalidad** de la protagonista. Cada vino rinde un homenaje a sus abuelos, llevando sus nombres y presentando una viñeta especialmente diseñada para representar la esencia de cada uno. Este enfoque novedoso se sale de lo convencional y comunica la historia y las relaciones familiares que sustentan su pasión por la vitivinicultura.

Planificar la acción

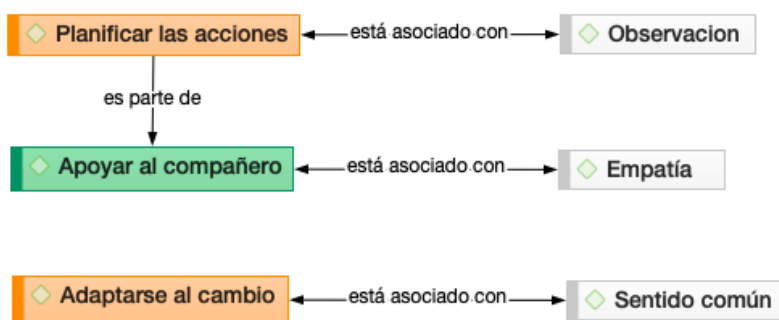
Según Esther, la capacidad de planificar las acciones la ha adquirido a lo largo de su proceso emprendedor (véase Figura 40 en la página 222). La demostración de su desarrollo puede encontrarse en sus propias palabras: *“una de las ventajas de emprender es que tengo la ventaja de poder organizarme los horarios como quiera. Muchas veces mi hija o la situación familiar que tenga en ese momento es quien marca esos horarios. Hay tardes que no puedo terminar las tareas que tengo establecidas y lo puedo dejar para el día siguiente”*. Esta declaración señala cómo ella, en su rol de emprendedora y madre, ha desarrollado su competencia para planificar sus acciones de manera favorable. Su capacidad para organizar sus horarios y adaptarse a situaciones cambiantes demuestra una destreza de planificación que se ajusta a las demandas tanto del negocio como de su vida personal.

Su naturaleza observadora desempeña un papel fundamental en su competencia para planificar las acciones de manera efectiva. La **observación** le permite analizar su entorno, establecer prioridades y tomar decisiones al planificar sus actividades diarias. A través de la

observación, puede identificar las áreas clave en las que debe enfocarse y ajustar sus planes en consecuencia para lograr sus objetivos tanto profesionales como personales.

Además, Esther y su pareja se planifican y organizan conjuntamente las tareas del viñedo y la bodega. Esta cooperación en la planificación no solo mejora la eficiencia del trabajo, sino que también refleja el desarrollo de la competencia de **apoyar al compañero**. Su disposición y la de su pareja para trabajar en equipo y respaldarse mutuamente, no solo en la toma de decisiones, sino también en la ejecución de las tareas diarias, demuestra la **empatía** necesaria para comprender las necesidades y fortalezas del otro. Con relación a esto, la protagonista señala lo siguiente: *“generalmente, yo hago todo lo referente a la administración. Mi pareja lleva la parte de comercialización y en ocasiones yo también le ayudo en esa parte. Cada uno lleva una parte de la bodega, pero al final terminamos haciendo los dos todo”*

Figura 40. Análisis de la trayectoria vital de Esther desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (4)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Adaptarse a los cambios

La capacidad de adaptarse a los cambios, pudo haberla comenzado a adquirir durante su estancia en Francia o cuando decidió dejar su pueblo natal para emprender sus estudios en la ciudad. La protagonista misma señala: *“creo que lo que más me hizo aprender fue irme fuera del pueblo para estudiar. No vivir con mis padres desde muy joven. Cuando te vas a la ciudad a estudiar o a trabajar tienes que aprender a convivir con otras personas, te tienes que adaptar a otras situaciones, te tienes que “buscar las habichuelas” para todo”*.

Su relato destaca su experiencia de independencia temprana, así como su traslado a la ciudad donde convivía con nuevas personas y donde tuvo que adaptarse a diversas situaciones adversas, lo que refleja su capacidad para enfrentar nuevos cambios en su vida. La necesidad de “buscar las habichuelas” en un entorno desconocido muestra su disposición para resolver problemas y encontrar soluciones valiéndose por sí misma.

Su **sentido común** es un aspecto importante en su capacidad para adaptarse a los cambios (véase Figura 40 en la página 222). Su capacidad para analizar rápidamente las situaciones y aplicar soluciones lógicas le permite enfrentar los nuevos cambios con confianza y determinación. Esta competencia es esencial para su éxito en un sector tan dinámico como lo es el vitivinícola, donde los cambios son constantes.

5.2 Trazado del perfil emprendedor de Esther

Esther nos introduce a otro perfil de mujer emprendedora, resaltando su experiencia de trasladarse a la ciudad y posteriormente regresar a su pueblo natal para emprender. Su historia destaca no solo por su valentía al aventurarse en un entorno urbano, sino también por su conexión arraigada con su población de origen, evidenciando un emprendimiento que fusiona lo urbano con lo rural de manera inspiradora.

En la Tabla 33 se expone el perfil de Esther siguiendo las variables de identificación, biográficas, emprendedoras y formativas.

Tabla 33. Perfil de Esther

Variables de identificación	
Propiedad	Viñedo y bodega
Sello de calidad	D.O. Cebreros
Variables biográficas	
Edad	32
Lugar de nacimiento	Navatalgordo, Ávila
Estado civil	Soltera
Hijos	Si
Variables personales	
Rasgos de personalidad	Persistencia – resiliencia – perseverancia – imaginación – adaptabilidad – pertenencia – iniciativa – aceptación – creatividad – originalidad – compromiso – observación – empatía – sentido común
Variables sobre el empleo	
Experiencia previa	Becaria en banca Sector financiero
Empleo del padre	Fontanero
Empleo de la madre	Ama de casa
Variables de formación	
Formación	Grado o licenciatura ADE y empresariales
Cursos para emprender	Si
Variables sobre el emprendimiento	
Antecedentes de emprendimiento femenino	No
Motivación	Trabajar los viñedos de sus abuelos Que su hija pueda seguir con el legado de su negocio

Experiencia como emprendedora	5 años
Desafío	Sacar adelante los viñedos de sus abuelos, revitalizar antiguos viñedos
Dificultades	Trámites burocráticos Conciliación familiar
Competencias emprendedoras	Perseverar en la tarea - orientarse al objetivo - enfrentar la incertidumbre - buscar la sostenibilidad - estar comprometida - proponer la iniciativa - promover la innovación - planificar la acción - adaptarse al cambio

Fuente: elaboración propia a partir del relato de Esther

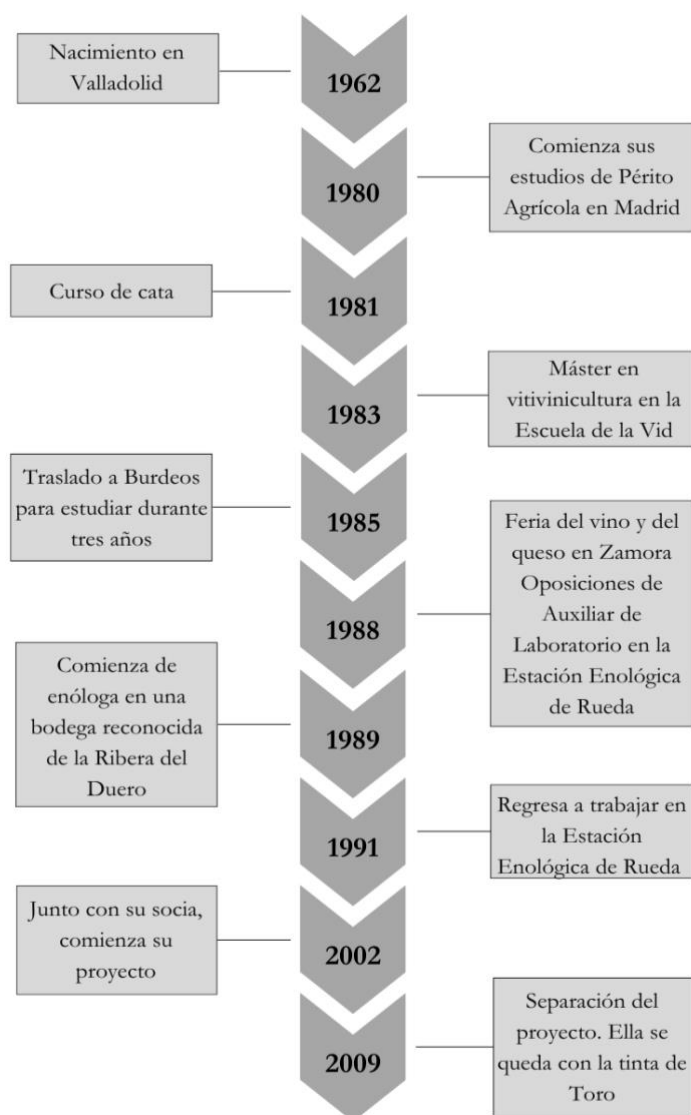
6 Historia de Victoria

Tras recopilar los datos que han permitido trazar la biografía de Victoria (véase Apéndice 7.6), hemos podido extraer los momentos cruciales y las etapas más significativas de su recorrido personal y profesional en una línea de la vida (véase Figura 41 en la página 225). Esta línea de tiempo no solo es un recurso visual esencial, sino que también es un pilar fundamental en la metodología de análisis, pues ayudará a entender mejor quien es Victoria y cómo ha evolucionado en el tiempo.

6.1 Análisis de su relato de vida

Algunos rasgos distintivos de Liliana son el liderazgo, la perseverancia, la determinación, la autoexigencia, el sentido común, el pensamiento crítico, la responsabilidad y compromiso, entre otros. El conjunto de rasgos que distinguen la personalidad de la protagonista y las diversas situaciones que ha enfrentado a lo largo de su vida han dado lugar al desarrollo de competencias transversales que están siendo fundamentales en su proceso emprendedor. A través de sus relatos, se han identificado varias competencias que distinguen su trayectoria. Estas incluyen la capacidad para adaptarse a los cambios, gestionar los conocimientos, fomentar el espíritu de equipo, motivar a otros, apoyar al compañero/a, gestionar los conflictos, dirigir personas, perseverar en la tarea, emprender una idea y resolver problemas.

Figura 41. La línea de vida de Victoria



Fuente: elaboración propia a partir del relato de vida de Victoria

A continuación, indagaremos sobre cada una de estas competencias, relacionándolas con los diferentes aspectos de su vida.

Adaptarse al cambio

Victoria ha demostrado una sorprendente capacidad para adaptarse a los cambios ocurridos a lo largo de su vida (véase Figura 42 en la página 227). Uno de los momentos destacados fue durante su viaje a Burdeos para continuar su formación. En un entorno completamente nuevo y siendo tan joven, supo enfrentar las barreras académicas, lingüísticas y culturales, lo que le permitió aprovechar al máximo su experiencia allí. Ella señala: “en 1985, mi profesor de vitivinicultura me

recomendó irme a Burdeos. Me dijo: “si quieres aprender más, vete a Burdeos”. Y yo cogí mi maleta y, sin pensarlo, me fui a Burdeos’

Además del viaje a Burdeos, ha afrontado otros importantes cambios en su vida, como por ejemplo los cambios de empleo o la separación del negocio que tenía con su socia. Esta última situación presentó un desafío emocional y profesional, pero su capacidad para adaptarse fue evidente.

Su **autoexigencia** ha sido fundamental en el desarrollo de la capacidad de adaptación. Al establecer altas metas para sí misma, se ha desafiado constantemente a mejorar y crecer tanto personal como profesionalmente. Un ejemplo de este rasgo es el siguiente: *“en el año 1989, yo tenía 40 años y me aburría ya bastante la administración. Estaba en la estación analógica dedicada a analizar y catar. Estaba en un sitio donde estaban todos los vinos de la región, los probaba todos y eso era un chollo porque tenía toda la información completa del producto. Pero, al final, si te gusta el mundo del vino, hacer tu propio vino es tu destino y era lo que yo quería en ese momento”*. Esta autoexigencia la impulsó a enfrentar los cambios con una actitud proactiva, aprendiendo de cada situación y utilizando los desafíos como oportunidades de crecimiento.

Por otro lado, su **sentido común** ha sido esencial para tomar decisiones informadas en momentos de cambio. Ante situaciones complejas, ha sido capaz de evaluar cuidadosamente las opciones disponibles, apreciar las ventajas y desventajas y elegir el camino más adecuado. Su capacidad para mantener la calma y mantener la mente enfocada en medio de la incertidumbre ha sido clave en su adaptación a los diversos cambios producidos en su vida.

Tener la consideración

Victoria ha demostrado a lo largo de su vida una destacada consideración, lo que se ha visto reflejado tanto en su capacidad de adaptarse a los cambios como en su actitud responsable frente a las situaciones que ha enfrentado (véase Figura 42 en la página 227). Su alta **responsabilidad** siempre le ha llevado a comprometerse plenamente en cada situación y a tener en cuenta el impacto de sus acciones tanto en su vida como en la de los demás.

Con relación a la anterior competencia, también encontramos el rasgo de **cambio**, el cual ha influido la consideración como competencia transversal. Ha demostrado estar dispuesta a enfrentar nuevas circunstancias. Su disposición para aprender y hacer cambios en su vida ha sido una fortaleza en su evolución profesional. En lugar de resistirse a los cambios, los ha percibido como una oportunidad para crecer y desarrollarse, mostrando una actitud positiva en cada etapa de su vida.

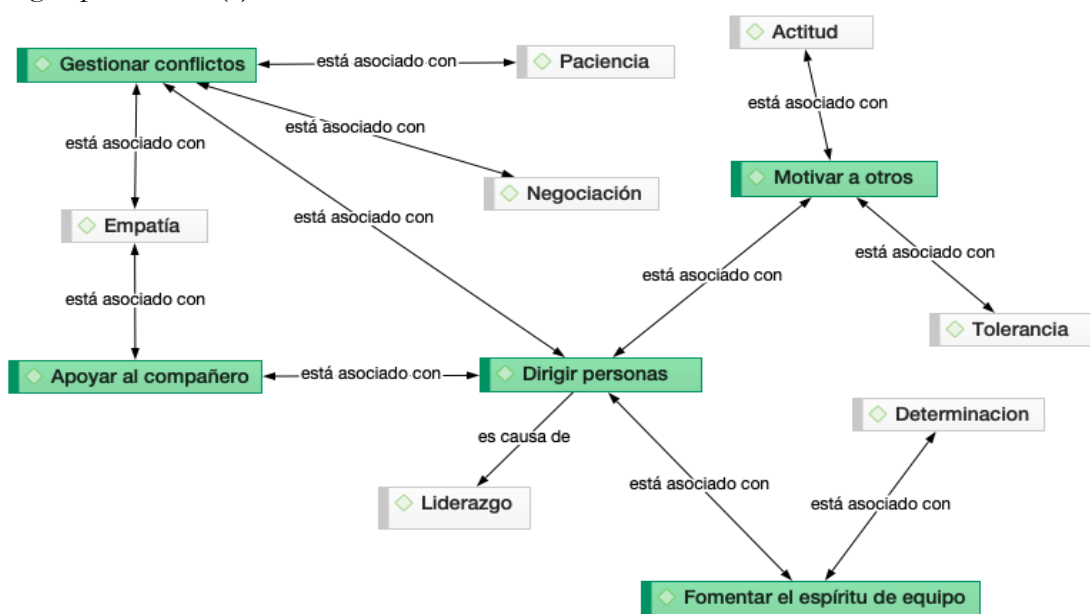
Motivar a otros

Es una líderesa inspiradora y motivadora para su equipo (véase Figura 42). Su capacidad para motivar a otros se relaciona con dos rasgos característicos: la **tolerancia** y la **actitud positiva** que posee. Su tolerancia le permite comprender y aceptar las diferencias en opiniones y perspectivas, lo que crea un ambiente de respeto en su equipo. Además, su actitud positiva y entusiasta contagia a los demás, creando una energía que impulsa a todo el equipo hacia el logro de los objetivos comunes. En su discurso se puede observar algunos indicios de la motivación que transmite a quien está a su alrededor: *“recomiendo a otras mujeres que deseen emprender en el medio rural es formación, ilusión, entusiasmo, salir para conocer y vivir otras experiencias. A pesar de todos los obstáculos que se van a encontrar por el camino merece la pena intentarlo. Creo que alcanzar el éxito es ser feliz con lo que haces y yo lo he alcanzado”*.

Fomentar el espíritu de equipo

El trabajo en equipo es fundamental en un entorno de trabajo colaborativo y productivo (véase Figura 42). Demuestra que posee esta competencia gracias a su **determinación** para lograr los objetivos compartidos y superar los desafíos, siendo esta contagiosa para su equipo. Como líder, ha demostrado una determinación constante en el trabajo en equipo, promoviendo la colaboración y el apoyo mutuo entre sus colaboradores. El trabajo conjunto ha sido esencial para cultivar un ambiente de cooperación y compañerismo, lo que ha fortalecido la cohesión del equipo y ha contribuido al éxito de su emprendimiento.

Figura 42. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (1)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Apoyar al compañero/a

Relacionada a lo anterior, la competencia de **apoyar al compañero/a** ha sido fundamental, algo que se ha observado en todo el relato de su vida (véase Figura 42 en la página 227). Su **empatía** le ha llevado a comprender las necesidades y preocupaciones de sus compañeros, mostrándoles una cercanía y disposición para brindar apoyo cuando sea necesario. Su capacidad para escuchar y ofrecer apoyo ha fortalecido los lazos de trabajo en equipo y ha fomentado un ambiente laboral positivo y colaborativo. Esto puede observarse en la buena relación que continúa teniendo con su antigua socia. Ella sigue elaborando vino blanco de Rueda en la bodega de su socia. Sobre ello, señala lo siguiente: *“Cuando nos separamos, llegamos a un acuerdo de no interferir vinos entre marcas para no tener problemas con los distribuidores. Entonces, yo realmente no tengo bodega en Rueda, pero sí que hago una pequeña cantidad de vino como a mí me gusta. Es un complemento, pero no es mi actividad principal. Igual que también tengo vinos franceses. Son como pequeños vinos que a mí me gusta hacerlos y son un complemento para mis distribuidores”*.

Gestionar conflictos

Ha demostrado tener la capacidad de gestionar los conflictos, algo que es evidente en su relación con la administración y los trámites burocráticos asociados a su bodega (véase Figura 42 en la página 227). A lo largo de su trayectoria, ha enfrentado diversos conflictos con la misma, estando el más reciente de ellos relacionado con la etiqueta de su vino, donde indicaba que estaba elaborado por su propia bodega. Con relación a esto, la protagonista señala: *“yo como empresaria intento evitar el conflicto con la administración en cosas que parecen totalmente absurdas”* Por ejemplo, la última es que en la etiqueta del vino pongo embotellado y elaborado por bodegas X y han estado seis meses tres funcionarias trabajando para decirme que como lo que tengo registrado es solo “X” no puedo poner la palabra “bodegas”. En este y otros conflictos con la administración, ha demostrado habilidades destacadas de **negociación**, tales como la **empatía**, de la que se ha hablado anteriormente, al conocer de primera mano el trabajo de la administración, o la **paciencia** durante los largos procesos de negociación.

Dirigir personas

Si tenemos en cuenta las anteriores competencias relacionadas con la interacción social (motivar a otros, apoyar al compañero/a, fomentar el espíritu de equipo y gestionar el conflicto) se puede afirmar que presenta la competencia de dirigir personas, demostrando un claro **liderazgo** en su proyecto. El liderazgo de la protagonista se refleja en su capacidad para establecer objetivos, guiar a su equipo hacia su consecución y mantener una visión a largo plazo para el proyecto. Su determinación y perseverancia en el logro de los objetivos es un ejemplo inspirador para su equipo.

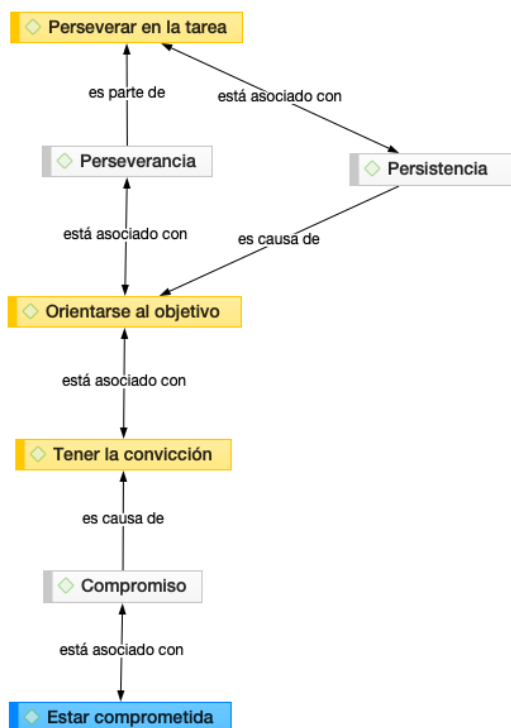
Además, su actitud positiva contagia a quienes la rodean, creando un ambiente de trabajo motivador y colaborativo.

Como se observa en la Figura 42 (en la página 227), ha demostrado desarrollar varias competencias transversales relacionadas con la interacción social: motivar a otros, fomentar el espíritu de equipo, apoyar al compañero o gestionar los conflictos, entre otras. Estas competencias las ha adquirido a lo largo de toda su vida. Siempre ha tenido presente la importancia de rodearse de buenos profesionales y ha valorado enormemente la formación como pilar fundamental de su trayectoria. En sus propias palabras, *“siempre he estado muy bien acompañada por buenos profesionales. Esto es muy importante. Cuando la gente me pregunta siempre digo que la formación es lo primero. Siempre hay que buscar grandes profesionales de tu especialidad y moverte por donde te tengas que mover”*. Es posible que de ellos haya aprendido las competencias anteriormente nombradas, así como su capacidad para liderar equipos y establecer relaciones positivas en ellos.

Perseverar en la tarea

La capacidad de perseverar en las tareas es algo que ha demostrado a lo largo de su vida (véase Figura 43 en la página 230). Tanto en su proceso de formación como en sus diferentes trabajos relacionados con el mundo del vino, ha dejado claro que para alcanzar sus objetivos es fundamental mantener una actitud persistente y constante. En su formación, enfrentó mucha competencia académica que requería un esfuerzo continuo. Su capacidad de perseverar en el estudio le permitió completar con éxito sus estudios y adquirir el conocimiento necesario para su desarrollo profesional. En el ámbito laboral, cada uno de los trabajos que ha tenido relacionados con el sector implicó un esfuerzo de perseverancia para alcanzar la excelencia en su desempeño. Su capacidad para perseverar en las tareas se reflejó en los desafíos laborales que iban surgiendo y en su actitud para aprender y mejorar en cada puesto que ocupaba. En estos ejemplos podemos ver la **persistencia** de la protagonista, la cual implica mantener el enfoque y la determinación para lograr un objetivo a pesar de las dificultades que puedan surgir en el camino.

Figura 43. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Orientarse al objetivo

Orientarse al objetivo ha sido otra competencia destacada en su vida (véase Figura 43). Desde que inició su formación, tuvo claros sus objetivos académicos y profesionales. Gracias a las recomendaciones de sus profesores, sabía que quería adquirir conocimientos específicos relacionados con el mundo del vino y esto le llevó a tomar decisiones conscientes para seleccionar las oportunidades de formación adecuadas y perseguir su sueño de aprender y desarrollarse en ese campo.

La relación entre esta competencia y la de perseverar en la tarea es clara, ya que ambas han ayudado a la protagonista a alcanzar lo que quería: *“si te gusta el mundo del vino, hacer tu propio vino es tu destino y era lo que yo quería”*. Su orientación al objetivo le ha permitido establecer metas claras y alcanzables, mientras que su **perseverancia** le ha dado el impulso necesario para superar los retos y mantenerse en el camino hacia esas metas.

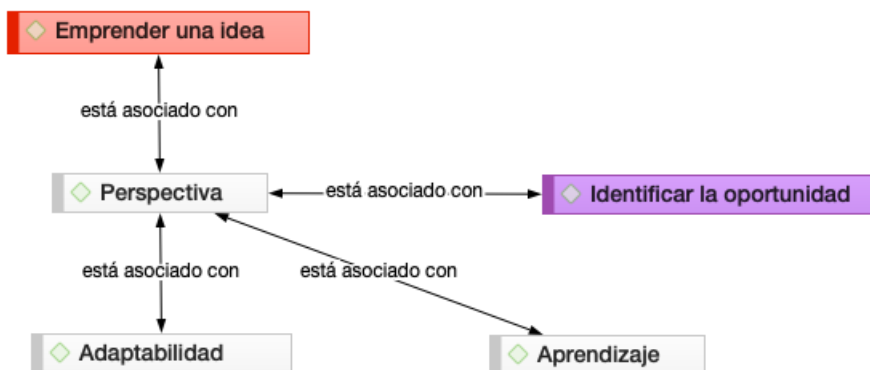
Emprender una idea

La competencia transversal de emprender una idea es fundamental para aquellos que buscan innovar y desarrollar nuevos proyectos. En su vida, esta competencia se ve enriquecida por el rasgo

de **perspectiva** que ha demostrado tener. Como mujer emprendedora en el sector vitivinícola, tiene claro que salir al extranjero y ver el mundo desde otra perspectiva es una estrategia clave para emprender en este sector. Ha comprendido que conocer otros países y culturas le permite obtener una perspectiva inspiradora para aplicar en su negocio. Estar abierta a nuevas ideas y enfoques es fundamental para el proceso de emprendimiento. Con relación a esto, señala: *“creo que en este sector es importantísimo salir, porque eso te permite reconocer lo que tenemos en España. Es imprescindible conocer los vinos de otros países para volver a España e innovar y darle una vuelta a lo que aquí tenemos”*.

Esta competencia a su vez está relacionada con otras competencias. Al tener una perspectiva más amplia, es capaz de **identificar oportunidades** que podrían no ser evidentes en su entorno inmediato. Al observar el mundo desde otra perspectiva, puede descubrir nuevas oportunidades que podrían ser aplicables en su propio emprendimiento. Asimismo, salir al extranjero y enfrentarse a nuevas realidades le ha permitido desarrollar un sentido de la **adaptabilidad** y **aprendizaje** constante. Estos rasgos son fundamentales para emprender, ya que el proceso de emprender una idea en ocasiones requiere ajustes y evolución conforme se adquiere más conocimiento y experiencia (véase Figura 44).

Figura 44. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales (3)



Fuente: elaboración propia a partir de análisis con ATLAS.Ti®

Estar comprometida

Su **compromiso** es muy evidente en todo su discurso. El compromiso implica una dedicación y entrega total hacia un proyecto u objetivo (véase Figura 43 en la página 230). Su pasión por el mundo del vino y su emprendimiento en el sector han sido fuentes de inspiración que han despertado un profundo compromiso en su vida y su trabajo.

En su discurso, la protagonista transmite con claridad y **convicción** su visión en el mundo del vino. Su entusiasmo y pasión por el sector son evidentes, lo que demuestra su compromiso con su emprendimiento y la excelencia en la elaboración de sus vinos.

“El vino es un medio de comunicación. Nosotros exportamos más del 60% del vino que producimos y cuando un japonés lo prueba y lo entiende es como un milagro. Eso significa que entiende mi cultura, mi pueblo, mis uvas, mis valores... Todo eso lo hace una copa de vino y hace que sientas mucha satisfacción”

El compromiso de Victoria también se refleja en su dedicación para aprender y crecer en el ámbito vitivinícola. Durante toda su vida, ha destacado la búsqueda constante de nuevos conocimientos y la disposición para enfrentar nuevos retos, lo que demuestra su fuerte compromiso con la mejora continua.

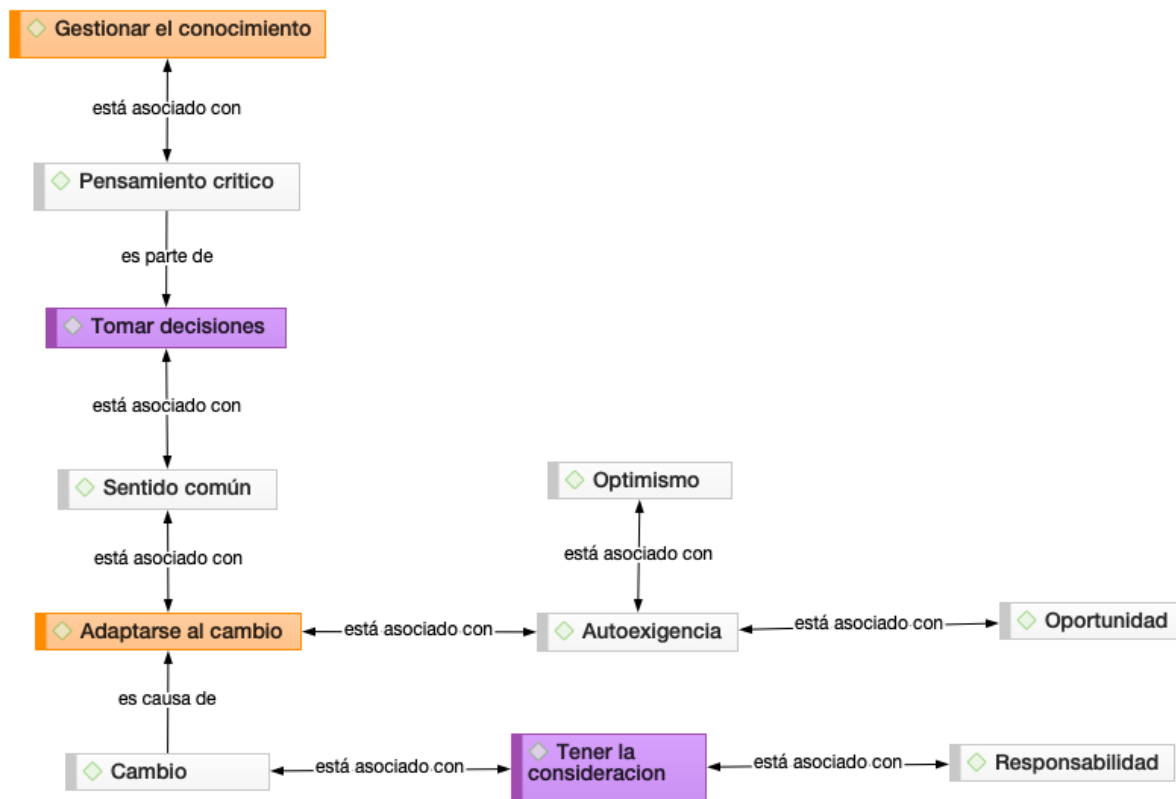
Gestionar el conocimiento

La capacidad de gestionar el conocimiento ha sido posiblemente adquirida durante sus años de trabajo en la estación enológica de Rueda, donde se dedicaba a analizar y catar todos los vinos de Castilla y León. Esta experiencia fue fundamental para su desarrollo profesional, brindándole una valiosa habilidad para el **pensamiento crítico**, que luego ha aplicado con éxito en la elaboración de su propio vino. Las palabras literales de la protagonista son las siguientes: *“estaba en la estación analógica dedicada a analizar y catar. Estaba en un sitio donde estaban todos los vinos de Castilla y León, los probaba todos y eso era un chollo porque tenía toda la información completa del producto”*. La gestión de los conocimientos en este contexto implica no solo adquirir los propios conocimientos, sino también organizarlos, analizarlos y aplicarlos de manera efectiva. Durante sus años de trabajo en la estación enológica, desarrolló habilidades para recolectar datos relevantes, clasificarlos y evaluar la calidad y características de los vinos que probaba. Desarrolló una gran capacidad de pensamiento crítico, ya que evaluaba y cuestionaba constantemente la información recopilada. Aprendió a identificar los aspectos más relevantes en el análisis de los vinos, así como a reconocer posibles errores o defectos en la producción, algo que le ha servido de gran ayuda en el proceso de elaborar su propio vino.

Gracias a su experiencia en la estación enológica de Rueda, ha podido **tomar decisiones** en cuanto a la selección de variedades de uva, técnicas de vinificación y procesos de elaboración (véase Figura 45 en la página 233). Su capacidad para analizar y aplicar el conocimiento adquirido ha sido fundamental en la búsqueda de la calidad y el sabor característico de su vino, aunque ella señala lo

siguiente: *“cuando elaboras vino, él va evolucionando como le parece, yo intento guiarlo y llevarlo por el mejor camino, pero él va a evolucionar como le parezca”*.

Figura 45. Análisis de la trayectoria vital de Victoria desde la perspectiva de sus competencias y rasgos personales



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Resolver problemas

Ha demostrado poseer la capacidad de resolver problemas de una manera destacada. Esto se ha visto reflejado, por ejemplo, en las dificultades que ha enfrentado con los trámites burocráticos relacionados con su emprendimiento en el sector vitivinícola.

Al ser funcionaria y haber pedido una excedencia para emprender, conoce de primera mano ambas perspectivas: la de una funcionaria lidiando con trámites administrativos y la de una emprendedora que se enfrenta a las dificultades burocráticas del sector privado. Esta comprensión de ambos mundos le ha permitido una comprensión profunda de los procesos burocráticos y administrativos, lo que ha aumentado su capacidad para resolver problemas de manera efectiva. Al conocer cómo funcionan los trámites desde el punto de vista de una funcionaria y al mismo tiempo entender las necesidades y requisitos del mundo empresarial, puede anticipar posibles obstáculos y encontrar soluciones de manera más rápida.

La **confianza** es un rasgo fundamental a la hora de resolver problemas. Cuando enfrenta dificultades burocráticas, su confianza en sus habilidades y conocimientos le da la seguridad necesaria para abordar los problemas con determinación y paciencia. Esta confianza en sí misma le permite enfrentar las dificultades con una mentalidad optimista, sin dejarse abrumar por las posibles complicaciones.

6.2 Trazado del perfil emprendedor de Victoria

Victoria tiene un perfil emprendedor único y valioso. Siendo una mujer urbana, su coraje y determinación la llevaron a emprender en el medio rural, demostrando una visión persistente para alcanzar sus objetivos. Desde que comenzó sus estudios en Madrid, tuvo un objetivo claro en el mundo del vino, lo que la impulsó a buscar oportunidades para formarse en ese campo. Su excelente interacción social ha sido clave para establecer relaciones sólidas en el sector. Además, Victoria ha combinado su pasión por el emprendimiento con su capacidad para adaptarse a los cambios y gestionar el conocimiento, lo que la ha convertido en una mujer emprendedora exitosa en el sector vitivinícola de Castilla y León.

En la Tabla 34 se expone el perfil de Victoria siguiendo las variables de identificación, biográficas, emprendedoras y formativas.

Tabla 34. Perfil de Victoria

Variables de identificación	
Propiedad	Viñedo y bodega
Sello de calidad	D.O. Toro
Variables biográficas	
Edad	61
Lugar de nacimiento	Valladolid
Estado civil	Casada
Hijos	Si
Variables personales	
Rasgos de personalidad	Autoexigencia – sentido común – responsabilidad – cambio – tolerancia – optimismo – determinación – empatía – negociación – paciencia – liderazgo – persistencia – perseverancia – perspectiva – adaptabilidad – aprendizaje – compromiso – convicción – pensamiento crítico - confianza
Variables sobre el empleo	
Experiencia previa	Técnico enológico en estación enológica de Rueda Enóloga en una bodega de Ribera del Duero
Empleo del padre	Gerente de una editorial jurídica
Empleo de la madre	Ama de casa
Variables de formación	
Formación	Perito Agrícola con especialidad en hortoforticultura y jardinería Máster sobre vitivinicultura
Cursos para emprender	Si
Variables sobre el emprendimiento	

Antecedentes de emprendimiento femenino	No
Motivación	Pasión por el sector vitivinícola
Experiencia como emprendedora	21 años
Desafío	Hacer que sus clientes entiendan su vino, lo que significa que entienden su cultura, su pueblo, sus uvas y sus valores.
Dificultades	Trámites burocráticos Falta de formación administrativa y gestión.
Competencias emprendedoras	Emprender una idea – perseverar en la tarea – adaptarse al cambio – gestionar el conocimiento – estar comprometida – tener la consideración – motivar a otros – fomentar el espíritu de equipo – apoyar al compañero/a – gestionar el conflicto – dirigir personas – resolver problemas

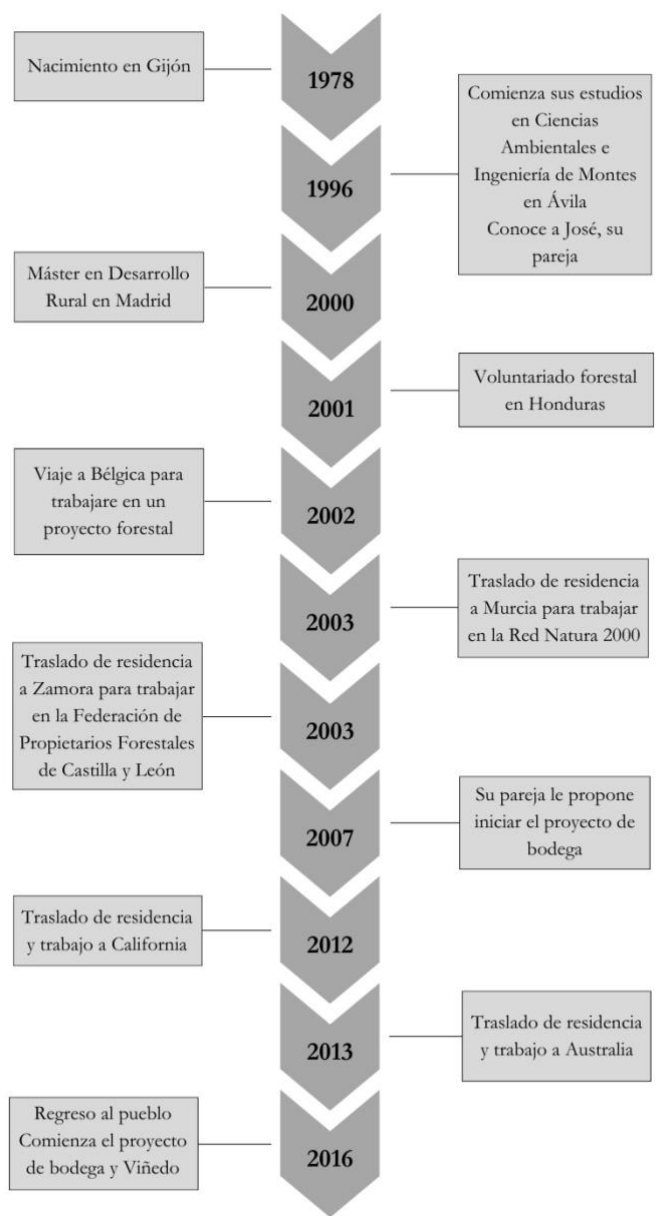
7 Historia de Liliana

Tras recopilar los datos que han permitido trazar la biografía de Liliana (véase Apéndice 7.7), hemos podido extraer los momentos cruciales y las etapas más significativas de su recorrido personal y profesional en una línea de la vida (véase Figura 46 de la página 236). Esta línea de tiempo no solo es un recurso visual esencial, sino que también es un pilar fundamental en la metodología de análisis, pues ayudará a entender mejor quien es Liliana y cómo ha evolucionado en el tiempo.

7.1 Análisis de su relato de vida

Algunos rasgos distintivos de Liliana son la voluntad, la cooperación, el optimismo, la elocuencia, la creatividad, el compromiso y el pensamiento crítico, entre otros. El conjunto de rasgos que distinguen la personalidad de la protagonista y las diversas situaciones que ha enfrentado a lo largo de su vida han dado lugar al desarrollo de competencias transversales que están siendo fundamentales en su proceso emprendedor. A través de sus relatos, se han identificado varias competencias que distinguen su trayectoria. Estas incluyen la capacidad para comunicar las ideas, negociar acuerdos, apoyar al/a compañero/a, promover la innovación, estar comprometida, gestionar los conflictos, los conocimientos y los cambios y generar consenso.

Figura 46. La línea de vida de Liliana



Fuente: elaboración propia a partir del análisis del relato de Liliana

A continuación, indagaremos sobre cada una de estas competencias, relacionándolas con los diferentes aspectos de su vida.

Comunicar la idea

En su relato, ha quedado totalmente demostrado que su punto fuerte reside en su capacidad para comunicar. Esta competencia se manifiesta a través de su gran **optimismo** y **elocuencia** (véase Figura 47 en la página 238). Su optimismo le permite abordar situaciones de manera positiva, lo que motiva a otros a escuchar y considerar sus ideas con interés y entusiasmo. Asimismo, su

elocuencia le permite expresar sus pensamientos con claridad y persuasión, lo que permite que su mensaje se comprenda fácilmente y provoque una respuesta positiva en quienes le escuchan. En relación con sus fortalezas, ella misma señala: *“mi gran fortaleza es la comunicación. Tengo una buena capacidad para expresarme y me encanta hablar en público. Me encanta coger el micrófono y no parar de hablar. Adoro hablar con la gente, contarle cosas y, sobre todo, hacer que me entiendan”*.

Apoyar al compañero/a

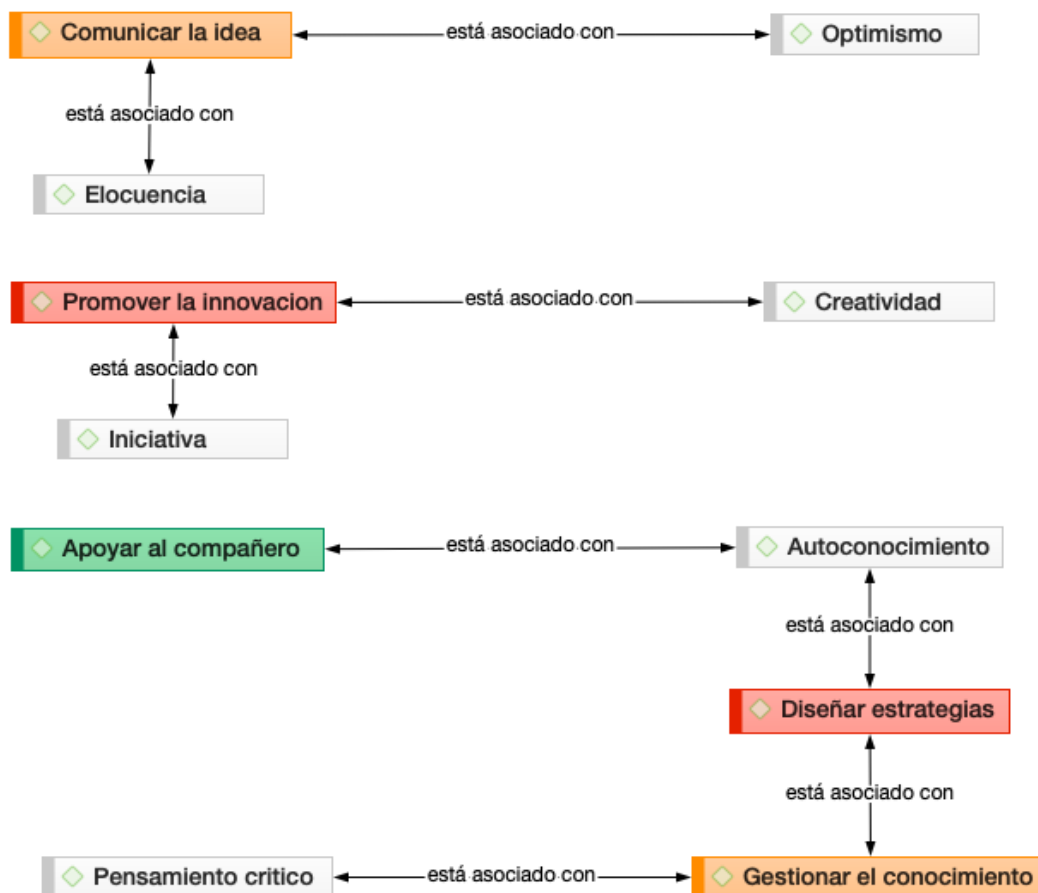
En cuanto a la competencia transversal de apoyar al compañero, en este caso, su pareja, destaca constantemente por su dedicación y apoyo incondicional. La relación de ambos se caracteriza por respaldarse mutuamente en sus decisiones, algo que se puede ver especialmente en los diversos viajes que han emprendido juntos para favorecer el crecimiento personal y profesional del otro. En este respaldo continuo, su gran **autoconocimiento** juega un papel crucial (véase Figura 47 en la página 238), ya que es consciente de sus propias fortalezas y debilidades y tiene una profunda comprensión de sus carencias, que, justamente, es lo que complementa a su pareja. Con relación a esto, ella indica: *“tengo varias debilidades: la falta de organización y de perseverancia en las cosas que hago. Me cuesta mucho centrarme en una única cosa. De hecho, creo que cuando lo hago saco mucho provecho y soy muy eficiente, pero me cuesta muchísimo focalizar en una única cosa y terminarla. En esto creo que me compenso mucho con José. Él cuando tiene que hacer algo, hasta que no lo termina no para”*. Su gran autoconocimiento le permite reconocer que no es necesario ser iguales ni tener las mismas competencias para apoyarse mutuamente y ser una pareja equilibrada. Valora las diferencias y reconoce cómo esta complementariedad les ha permitido crecer juntos de manera significativa.

Promover la innovación

Liliana destaca su competencia de promover la innovación, algo que es claramente evidente en su notable **creatividad** (véase Figura 47 en la página 238). Su capacidad para pensar de manera original y fuera de lo tradicional ha llevado a la creación de nuevas y emocionantes iniciativas en su proyecto. Un ejemplo de su creatividad e innovación es la introducción de catas online como una actividad novedosa en la web de su proyecto. Esta iniciativa demuestra cómo su mente creativa ha encontrado una manera única de adaptar una experiencia tradicional como las catas a un entorno virtual para que las personas puedan participar desde cualquier lugar del mundo.

Su capacidad para pensar más allá de lo habitual y ofrecer soluciones originales se convierte en una pieza clave para fomentar la innovación en su proyecto. Al introducir la idea de las catas online, no solo ha tenido la **iniciativa** de crear una nueva experiencia para sus usuarios, sino que también ha abierto nuevas posibilidades para su negocio, ya que los clientes han de comprar su vino para realizar la cata desde sus hogares.

Figura 47. Análisis de la trayectoria vital de Liliana desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (1)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Gestionar los conocimientos

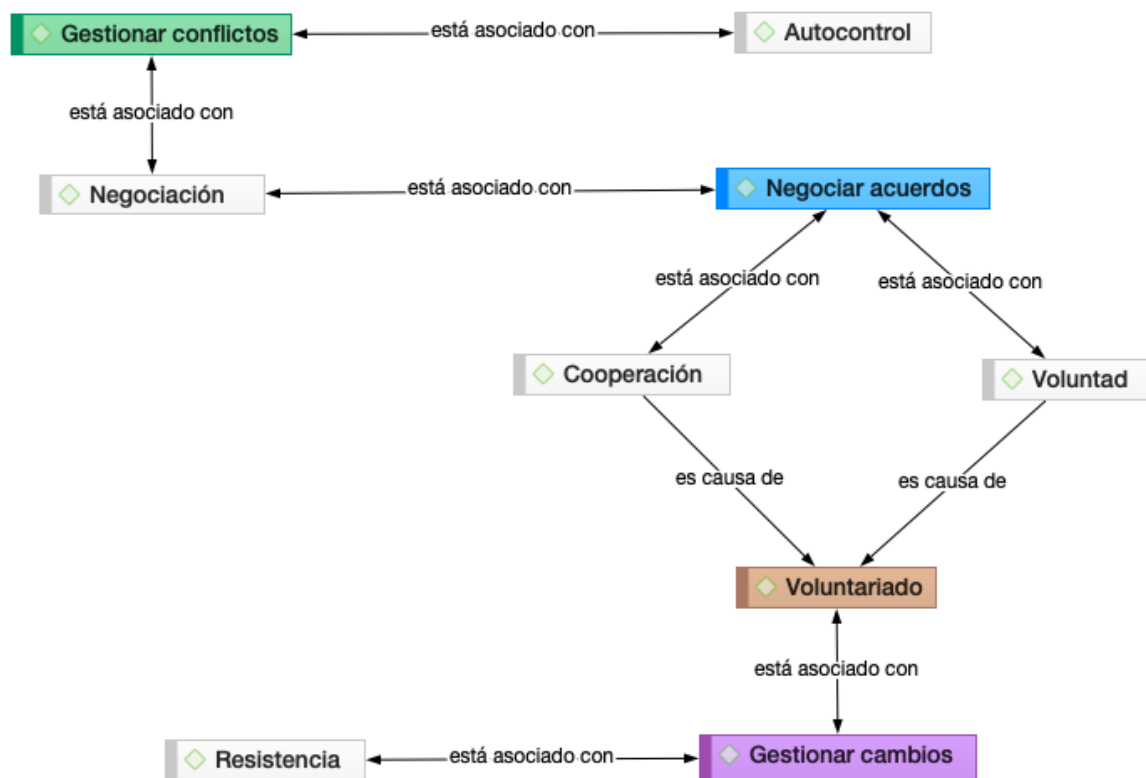
Se ha detectado una excelente capacidad para gestionar los conocimientos adquiridos. Cuando su pareja le presentó la idea de emprender juntos el proyecto de una bodega, ella inicialmente tenía dudas. Aunque reconocía el potencial del negocio, era consciente de que ambos carecían de ciertos conocimientos necesarios para llevarlo a cabo de manera exitosa. En este momento, en lugar de dejarse llevar por la emoción y el entusiasmo, se tomó su tiempo para analizar la situación e hizo uso de su **pensamiento crítico** para tomar la decisión (véase Figura 47). Como resultado, propuso a su pareja que se formasen por separado en las áreas en las que cada uno tenía más afinidad, de modo que pudieran complementarse y cubrir las necesidades del negocio: *“él se fue a la Rioja e hizo el máster de enología y yo empecé a prepararme el inglés porque me parecía muy importante conocer el mundo exterior, visitar y comunicarme con otros países pioneros en comercialización como Australia o California”*.

Esta estrategia de formarse antes de crear la bodega les permitió tomar decisiones fundamentadas y contar con los conocimientos necesarios para afrontar los desafíos que surgieran en el futuro. Por lo tanto, encontramos cierta relación entre las competencias transversales de gestionar los conocimientos y **diseñar estrategias**. En su caso, la gestión de conocimientos proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas y estrategias. Una vez que evaluaron la situación, pudieron diseñar las estrategias que iban a responder al objetivo que se habían propuesto: crear una bodega y hacer su propio vino. Dentro de esas estrategias, tiene claro cuál es la más necesaria para emprender: *“la experiencia de viajar fuera de España es fundamental para conocer otros tipos de negocio y tener otra visión diferente de la realidad”*.

Gestionar el conflicto

Relacionada con la anterior competencia, se ha identificado una destacada capacidad para gestionar conflictos, tanto en sus relaciones personales como en su camino hacia el emprendimiento en el medio rural (véase Figura 48 en la página 240). Desde que ella y su pareja se conocieron, compartieron el deseo de emprender juntos en un entorno rural. Siempre han enfrentado desafíos financieros y si han viajado tanto ha sido porque nunca han parado de trabajar. A pesar de estas dificultades, han logrado avanzar y solventar obstáculos gracias al autocontrol y la negociación, dos rasgos fundamentales que han influido en su vida de manera significativa. El **autocontrol** ha sido crucial para manejar los conflictos que pueden haber surgido debido a las limitaciones económicas. A través de este autocontrol, ha sido capaz de mantener la claridad mental para buscar soluciones y estrategias que le permitan avanzar hacia sus objetivos. Con relación a esto la protagonista señala: *“nosotros nunca hemos tenido mucho dinero. Si hemos viajado tanto ha sido porque nunca hemos parado de trabajar. Tanto José como yo, mientras estudiábamos, a la vez trabajábamos. Por eso, animo a la gente a que viva la experiencia fuera y luego vuelva porque creo te cuesta mucho menos dinero”*. Asimismo, la **negociación** ha sido importante en su relación con su pareja y otras personas de su entorno. En un proyecto compartido es común que surjan opiniones y enfoques diferentes, lo que puede dar lugar a conflictos. En su caso, su capacidad para negociar ha sido esencial para mantener un apoyo y una colaboración constructiva y constante con su pareja, permitiéndoles tomar decisiones conjuntas, resolver diferencias y avanzar juntos hacia sus objetivos comunes. Liliana señala: *“él se enteró en la universidad sobre una vacante de asistente de enólogo en Australia también el me lo comentó y, tras hablarlo y valorar la situación, yo me pedí una excedencia en la federación y me fui con él y las niñas allí. Allí pasamos un año entero antes de volar a Australia y pasar allí otro año y medio, yo formándome en gestión de bodegas y él en el mundo del vino. Después de hacer una campaña en California y tres en Australia, volvemos y él también hace otra más en Portugal y ya comenzamos con nuestro proyecto en Zamora”*.

Figura 48. Análisis de la trayectoria vital de Liliana desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS. Ti®

Negociar el acuerdo

Relacionada con lo anterior, se destaca la competencia de negociar acuerdos, la cual posiblemente haya sido adquirida durante sus periodos de voluntariado en la asociación universitaria (véase Figura 48). Durante su voluntariado en Honduras y Bélgica, tuvo que interactuar con personas de diferentes culturas, idiomas y contextos sociales. En tales entornos, la capacidad de negociar acuerdos se vuelve fundamental para alcanzar objetivos comunes. La diversidad en su experiencia como voluntaria le proporcionó una valiosa perspectiva intercultural, así como la capacidad de comunicarse y adaptarse a distintos contextos, lo que fortalece su capacidad para negociar acuerdos de manera efectiva.

Dos rasgos notables que se observan en ella son la voluntad y la cooperación, los cuales se pueden relacionar con la competencia transversal de negociar acuerdos. La **voluntad** es esencial para realizar un voluntariado, ya que implica dedicar tiempo, esfuerzo y recursos para ayudar a los demás. Durante su estancia en el extranjero, enfrentó desafíos significativos, pero su fuerte voluntad le permitió perseverar en su misión de contribuir en las comunidades a las que viajaban. Asimismo, la **cooperación** es un rasgo fundamental en el voluntariado, ya que implica colaborar

con otras personas para lograr un impacto significativo. En sus periodos de voluntariado, trabajó con otros voluntarios para recaudar dinero y poder viajar a diferentes países para hacer obras sociales. Esta experiencia de cooperación le proporcionó la capacidad de trabajar con otras personas, escuchar diferentes perspectivas y fomentar un ambiente de colaboración, características muy valiosas para cualquier entorno profesional o personal.

Gestionar los cambios

Otra competencia transversal que se ha identificado es la capacidad para gestionar los cambios. Ha experimentado cambios significativos en su vida, como viajar a nuevos lugares y mudarse de residencia en varias ocasiones. Su capacidad para gestionar los cambios radica en la **resistencia** que le ha permitido enfrentar y superar las nuevas situaciones con una actitud positiva y perseverante (véase Figura 48 en la página 240). Su disposición a adaptarse y aceptar lo desconocido le ha permitido enriquecerse de estos cambios.

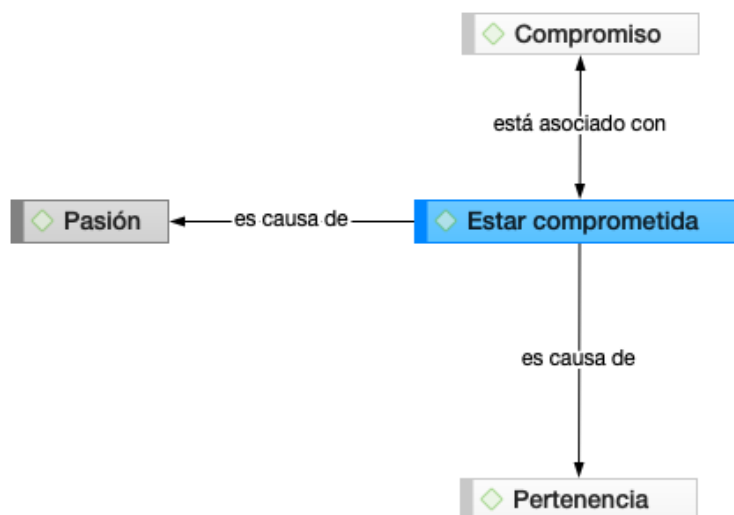
“No creo que la despoblación sea debido a la falta de empleo, sino más bien por la imagen de que vivir en las ciudades es mejor [...] Las ventajas de vivir en un pueblo son superiores y en Castilla y León hay muchísimas oportunidades de emprendimiento”

Estar comprometida

Otra competencia que se manifiesta de manera contundente en diversos aspectos de su vida es la de estar comprometida (véase Figura 49 en la página 242). En primer lugar, demuestra un alto nivel de **compromiso** en el desarrollo y gestión de su negocio. En su discurso es evidente su dedicación, perseverancia y responsabilidad en el sector vitivinícola de su región. Sin embargo, su compromiso no se limita a su negocio, ya que también se involucra activamente en la lucha contra la despoblación rural. Muestra un profundo interés en la problemática de la migración hacia las ciudades y sus consecuencias negativas para los pueblos. En su relato enfatiza en las ventajas y oportunidades que ofrece vivir en un entorno rural, hablando de la calidad de vida, el arraigo cultural y las posibilidades de desarrollo en los pueblos. La protagonista señala lo siguiente: *“No creo que la despoblación sea debida a la falta de empleo, sino más por las mujeres que se fueron por la imagen de que vivir en las ciudades es mejor. Ahora creo que en Castilla y León es muy similar. Si vives en Zamora tienes que irte al hospital a Salamanca, o sea que lo mismo me da vivir en un pueblo que en Zamora. Si vives en Madrid y tienes que ir a otro punto de la ciudad también tardas lo mismo que tardo en ir yo a Zamora u a otra ciudad. El servicio educativo igual. El autobús el colegio pasa a recoger a mis hijas por la puerta de mi casa, la comida en el colegio es un servicio gratuito y luego te los devuelven a casa. Pido a Amazon hoy y mañana lo tengo en casa. ¿Qué*

más podemos pedir? Creo que es algo más mental y cultural. Las ventajas de vivir en un pueblo son superiores y sobre todo Castilla y León tiene muchísimas oportunidades de emprendimiento”.

Figura 49. Análisis de la trayectoria vital de Liliana desde la perspectiva de sus capacidades y sus rasgos personales (3)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

7.2 Trazado del perfil emprendedor de Liliana

Liliana, nacida en la ciudad, pero con mucho arraigo rural, junto a su pareja, se forma en Ciencias Ambientales y desarrollo rural antes de cumplir su sueño y establecerse en el pueblo. Apasionada por el mundo del vino, combinó sus conocimientos previos con la innovación para crear su propia bodega. Su determinación y pasión por lo rural la llevaron a elaborar vinos únicos que capturan la esencia de la región de Arribes. Además, Liliana se ha involucrado en la comunidad, promoviendo las ventajas de vivir en el medio rural, así como la cultura del vino en la zona. Su bodega se ha convertido en un lugar emblemático que atrae a amantes del vino y turistas.

Liliana se identifica de la siguiente manera: “He vivido y trabajado en Honduras, Bruselas, California, Australia, tres continentes, cinco países y otras tantas ciudades españolas. Soy apasionada, emprendedora y optimista. Me encanta el medio rural y las personas, ellas configuran el centro de nuestra bodega, lugareños, propietarios de viñas, proveedores, la gente que nos apoya y por supuesto nuestros lectores y clientes, a ellos va dirigido todo nuestro trabajo, nuestra trayectoria y alma, todos los ingredientes puestos en nuestro vino”.

En la Tabla 35 se expone el perfil de Liliana siguiendo las variables de identificación, biográficas, emprendedoras y formativas.

Tabla 35. Perfil de Liliana

Variables de identificación	
Propiedad	Viñedo y bodega
Sello de calidad	D.O. Arribes
Variables biográficas	
Edad	45
Lugar de nacimiento	Gijón
Estado civil	Casada
Hijos	Si
Variables personales	
Rasgos de personalidad	Optimismo – elocuencia – autoconocimiento – creatividad – iniciativa – compromiso – pensamiento crítico – autocontrol – negociación – voluntad – cooperación- resistencia
Variables sobre el empleo	
Experiencia previa	Espacios naturales protegidos en la Red Natura 2000 en Murcia Gerente de la Federación de Propietarios forestales de Castilla y León
Empleo del padre	-
Empleo de la madre	-
Variables de formación	
Formación	Licenciatura en Ciencias Ambientales e Ingeniería de Montes Máster en Desarrollo Rural Máster en Business Administration
Cursos para emprender	Si
Variables sobre el emprendimiento	
Antecedentes de emprendimiento femenino	No
Motivación	Pasión por el sector vitivinícola Objetivo: instalar su vida en el pueblo
Experiencia como emprendedora	7 años
Desafío	Regresar al pueblo, promover las ventajas de vivir en el medio rural, luchar contra la despoblación
Dificultades	Trámites burocráticos Financiación
Competencias emprendedoras	Comunicar la idea – apoyar al compañero/a – promover la innovación – gestionar los conocimientos – gestionar el conflicto – negociar el acuerdo – gestionar los cambios – estar comprometida

Fuente: elaboración propia a partir del análisis del relato de Liliana

8 Otros relatos breves

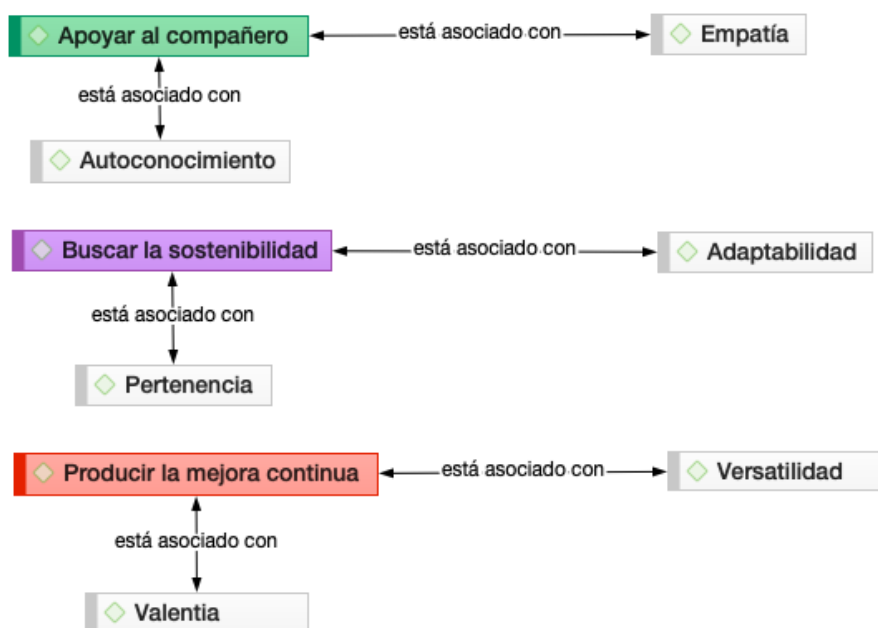
Seguidamente, nos sumergimos en relatos más concisos, pero igualmente importantes, destacando la historia de cinco mujeres emprendedoras también en el mundo del vino. Aunque breves, estos relatos no pierden su relevancia; al contrario, se concentran en la esencia de las experiencias y desafíos que han marcado el camino de estas mujeres en el mundo del emprendimiento (véase Apéndice 7.8).

8.1 Belén

Tras analizar el relato de Belén, se han podido identificar tres competencias principales (véase Figura 50). En primer lugar, destaca su capacidad para apoyar a sus compañeras de profesión, lo cual está estrechamente relacionado con la empatía que siente por otras mujeres. Esta cualidad se evidencia claramente a través de su participación en la asociación de mujeres y su profundo autoconocimiento.

En segundo lugar, sobresale su capacidad para buscar la sostenibilidad en su vida. Esto se refleja en la actividad ecológica que lleva a cabo y en su interés por subsistir utilizando los recursos que la tierra proporciona de manera responsable. Su adaptabilidad para realizar esta actividad y su fuerte sentido de pertenencia hacia el territorio en el que reside son aspectos cruciales que respaldan esta competencia.

Figura 50. Análisis del relato de Belén desde la perspectiva de sus capacidades y características



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

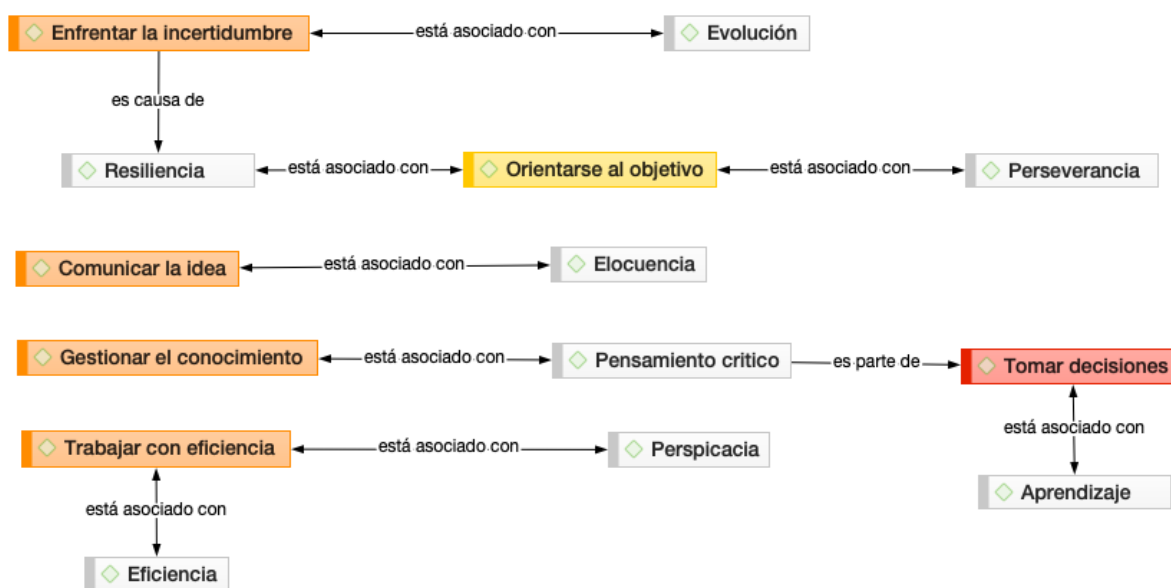
Por último, se observa también su capacidad para producir la mejora continua en su entorno y en la sociedad en general. Belén se muestra como una mujer emprendedora valiente que lucha incansablemente por cambiar y dar visibilidad a los derechos de las mujeres rurales. Su versatilidad para abordar los desafíos y su compromiso con la causa son ejemplos claros de esta competencia.

8.2 Isabel

Analizando el relato de Isabel a través de su contenido y su observación detallada, es evidente que posee varias competencias destacables (véase Figura 51). En primer lugar, se pueden identificar competencias relacionadas con la dimensión de alfabetización. Demuestra poseer la capacidad para enfrentar la incertidumbre en su vida. Esta competencia la ha desarrollado en parte debido a la resiliencia que tuvo que demostrar tras una pérdida importante en la familia. Esta experiencia le otorgó la fortaleza necesaria para afrontar situaciones difíciles con determinación.

Asociada a la capacidad de enfrentar la incertidumbre, encontramos la competencia de orientarse hacia sus objetivos. En su relato, demuestra una perseverancia constante al trabajar incansablemente para mantener y sacar adelante el negocio familiar. Esta determinación refleja su compromiso con el logro de sus objetivos.

Figura 51. Análisis del relato de Isabel desde la perspectiva de sus capacidades y características (1)

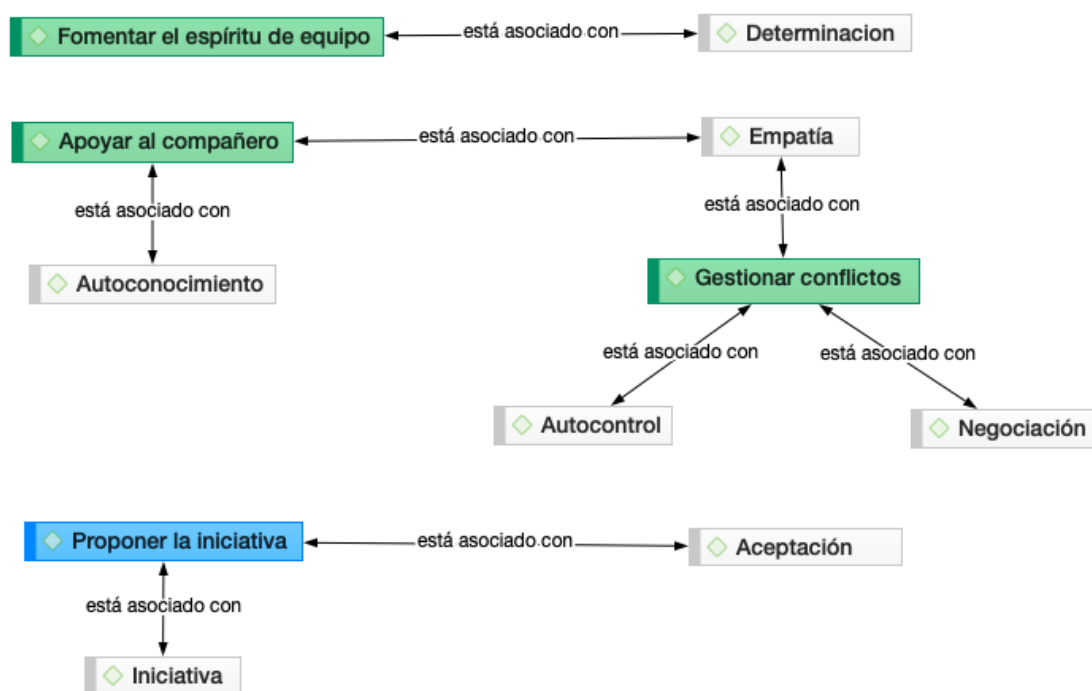


Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

Además, se destaca la competencia de gestionar el conocimiento, respaldada por su pensamiento crítico. A medida que asumió la responsabilidad del negocio familiar, adquirió conocimientos necesarios, lo que le permitió tomar decisiones fundamentadas. La eficiencia en su trabajo es otra competencia característica y esta eficiencia está relacionada con su perspicacia para proponer la iniciativa cuando tiene que gestionar algún conflicto. Otra competencia destacada y detectada a través de la observación es la capacidad para comunicar ideas con elocuencia. Su capacidad para expresar y comunicar de manera clara y persuasiva es fundamental para liderar su proyecto y comunicarse eficazmente con los demás.

En segundo lugar, destacan tres competencias significativas relacionadas con la interacción social: la capacidad de fomentar el espíritu de equipo, de apoyar al compañero/a y la capacidad de gestionar los conflictos (véase Figura 52). La protagonista ha demostrado su determinación para formar parte de un grupo de mujeres y trabajar en equipo compartiendo conocimientos y saberes. Su compromiso con la colaboración y el apoyo mutuo es evidente en su participación en este grupo, donde ha contribuido a construir un espíritu de equipo positivo y motivador. Su capacidad para apoyar a las compañeras de este grupo está estrechamente relacionada con la empatía que siente por ellas. Su capacidad para comprender y compartir las preocupaciones que comparten ha fortalecido la cohesión del grupo y ha contribuido a crear un ambiente de trabajo agradable y solidario.

Figura 52. Análisis del relato de Isabel desde la perspectiva de sus capacidades y características (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

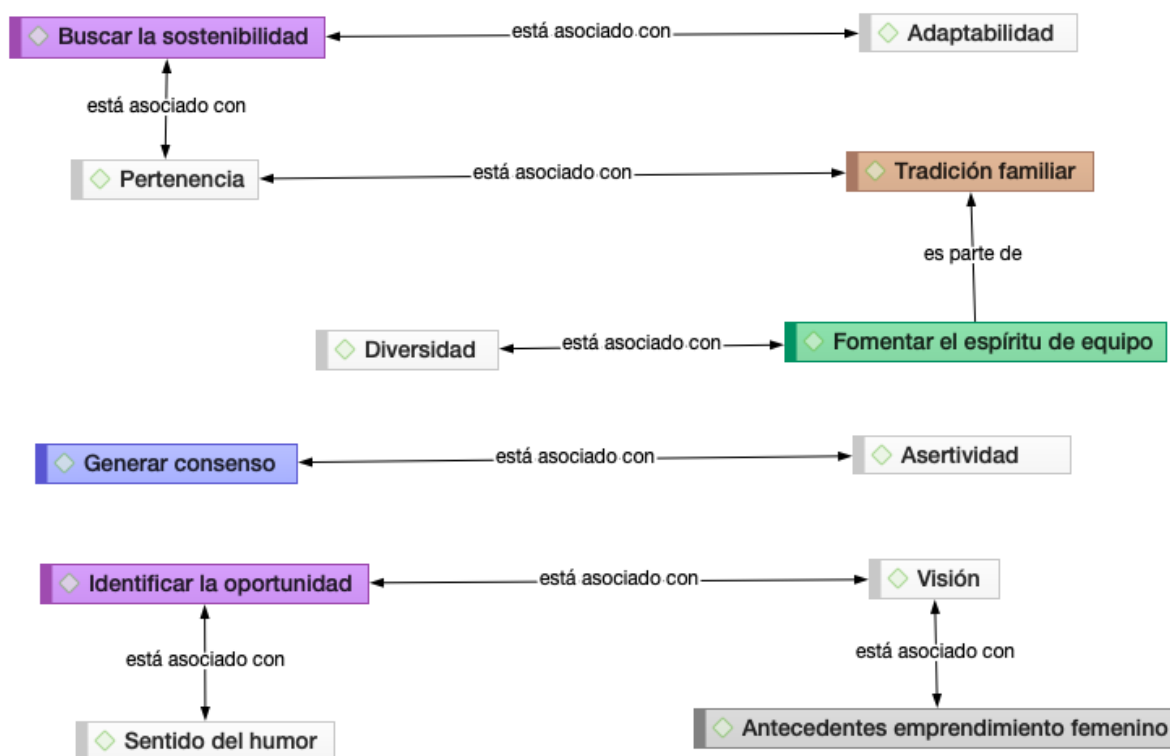
Por último, a lo largo de su experiencia tras asumir el negocio familiar, Isabel enfrentó diversos desafíos y conflictos. En estos momentos difíciles, ha demostrado tener un alto grado de autocontrol y buenas habilidades de negociación. Su capacidad para mantener la calma, analizar los problemas y encontrar soluciones ha sido fundamental para superar estos obstáculos con el fin de buscar la estabilidad en el negocio.

8.3 Paulina

Analizando el relato de Paulina, se han identificado cuatro competencias fundamentales en su historia (véase Figura 53). En primer lugar, destaca su capacidad para buscar la sostenibilidad en su vida y en el negocio familiar. Esta competencia está relacionada con su adaptabilidad y su profundo sentido de pertenencia. La tradición familiar puede haber influido en su tendencia hacia la sostenibilidad, ya que ha aprendido a utilizar los recursos disponibles que la tierra proporciona de manera responsable y adaptarse a las condiciones cambiantes para ello.

En segundo lugar, demuestra tener la capacidad de fomentar el espíritu de equipo. Trabaja en colaboración con sus hermanos, lo que refleja una tradición familiar de trabajo en equipo. Esto es evidente en la forma en que habla de su relación con ellos. Esta competencia está relacionada con la valoración de la diversidad, ya que cada hermano aporta algo único al negocio, enriqueciendo así la dinámica de equipo.

Figura 53. Análisis del relato de Paulina desde la perspectiva de sus capacidades y características



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

En tercer lugar y relacionada con la anterior, la competencia de generar consenso es esencial en el contexto de trabajo conjunto con sus hermanos. Demuestra asertividad al comunicar sus

ideas y necesidades, lo que contribuye a la toma de decisiones conjuntas de manera efectiva. Esta competencia es fundamental para mantener la armonía y la colaboración en su equipo familiar.

La cuarta y última competencia identificada en su relato es la capacidad de identificar oportunidades, la cual está estrechamente asociada al sentido del humor que transmite en su discurso y a la visión que tiene de su negocio cuando se trata de identificar oportunidades. Es posible que esta competencia haya sido influenciada por sus antecedentes de emprendimiento femenino. En cuanto a la relación del sentido del humor con esta competencia, destaca por su capacidad para encontrar el lado humorístico de las situaciones, lo que puede ayudarla a ver oportunidades donde otros podrían no identificarlas. Su enfoque positivo puede haberle permitido identificar oportunidades de crecimiento y desarrollo en su negocio de manera efectiva.

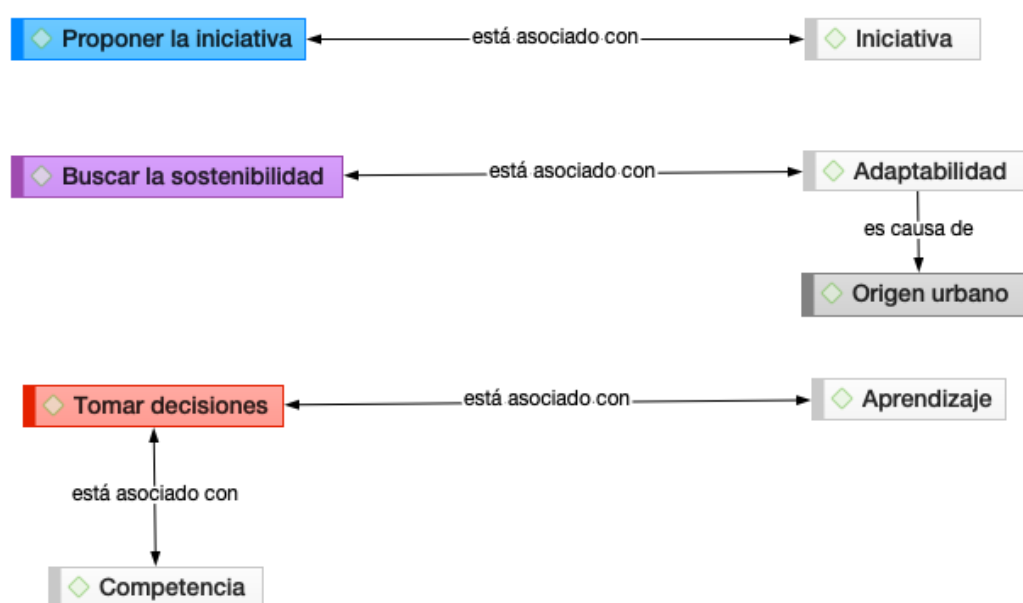
8.4 Marta

Tras analizar el relato de Marta, se pueden identificar tres competencias fundamentales (véase Figura 54). En primer lugar, destaca la capacidad de proponer iniciativas. Marta demostró un claro espíritu emprendedor cuando asumió el control del negocio familiar y tomó la decisión de expandir el viñedo. Esta competencia se relaciona directamente con la de tomar decisiones. Estas competencias no solo reflejan su aprendizaje y experiencia en el negocio, sino también rasgos destacados de su personalidad como la determinación y la visión de futuro.

Por otro lado, encontramos la competencia de buscar la sostenibilidad en la historia de Marta. Esta competencia está asociada a su capacidad de adaptabilidad. A pesar de ser una mujer urbana en un principio, Marta demostró una considerable adaptabilidad al cambiar de profesión y trasladarse al medio rural para continuar con el legado de su padre en el viñedo. Su habilidad para ajustarse a nuevas circunstancias y mantener el equilibrio entre la tradición y la innovación es un claro ejemplo de su mirada hacia la sostenibilidad.

En resumen, el relato de Marta revela tres competencias esenciales: la capacidad de proponer iniciativas y tomar decisiones, la capacidad de buscar la sostenibilidad y la adaptabilidad como rasgo fundamental de su personalidad. Estas competencias han sido cruciales para la continuidad del negocio familiar en el que Marta desempeña un papel fundamental.

Figura 54. Análisis del relato de Marta desde la perspectiva de sus capacidades y características



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

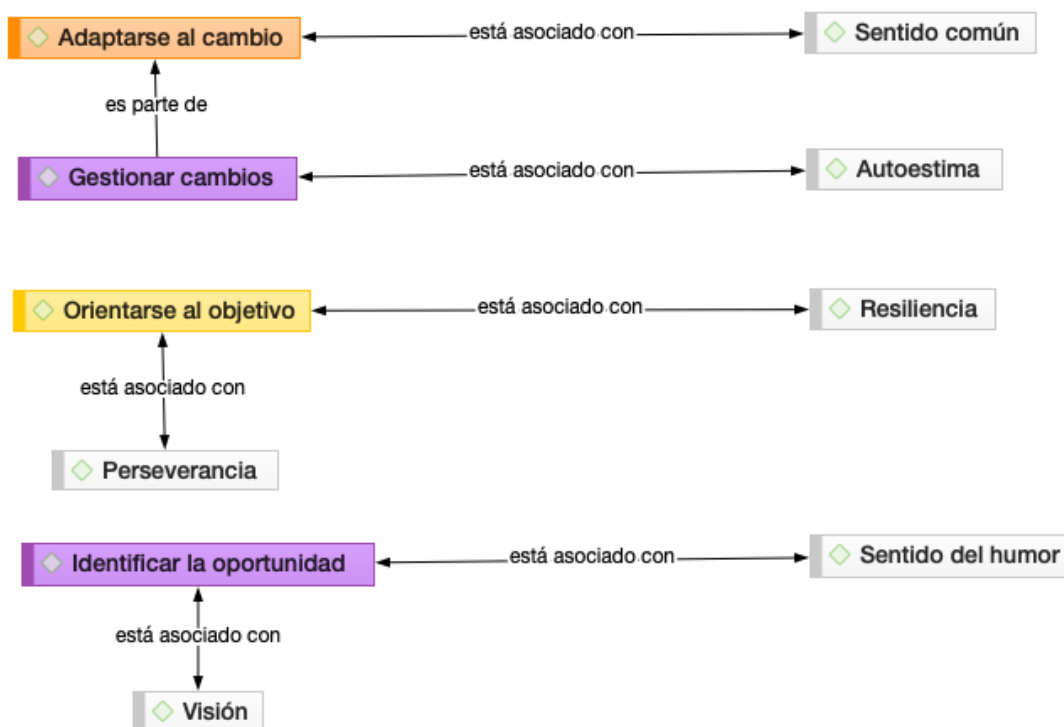
8.5 Raquel

Tras analizar detenidamente el relato de Raquel, se destaca una narrativa rica en la que se observan diversas competencias, tanto en el contenido de su historia como en la forma en la que se expresa (véase Figura 55 en la página 250). En primer lugar, se evidencia una destacada capacidad de orientarse hacia los objetivos. Esta competencia está relacionada con su resiliencia y perseverancia, ya que Raquel muestra una tenacidad constante para superar cada rechazo y las dificultades que ha enfrentado, especialmente en sus trámites con la administración.

Además, Raquel demuestra una considerable competencia en la adaptación a los cambios. Su sentido común y su capacidad para gestionar de manera efectiva los cambios en su vida son evidentes en su discurso. Su autoestima también juega un papel importante en esta competencia, ya que le proporciona la confianza necesaria para enfrentar las nuevas circunstancias.

Otra competencia que resalta en su relato es la capacidad de identificar oportunidades. Raquel muestra un sentido del humor constante a lo largo de su discurso, lo que indica su habilidad para encontrar el lado positivo incluso en situaciones difíciles. Su visión de futuro en relación con su negocio también sugiere una importante capacidad para identificar oportunidades.

Figura 55. Análisis del relato de Raquel desde la perspectiva de sus capacidades y características (1)

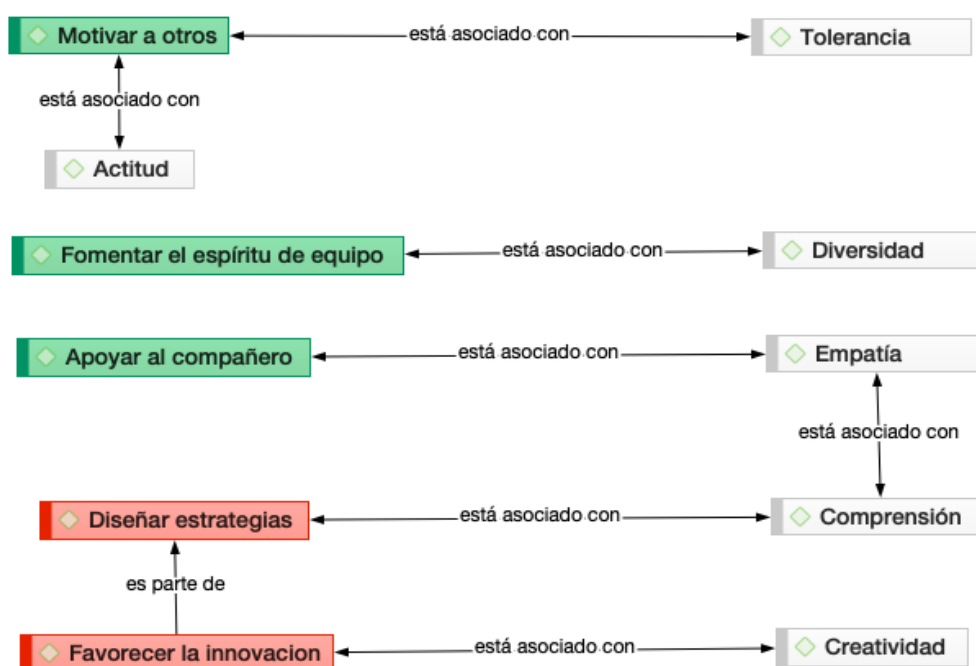


Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

En cuanto a las competencias relacionadas con la interacción con los demás, Raquel muestra tres de ellas muy características (véase Figura 56 en la página 251). En primer lugar, destaca su capacidad para motivar a otros. Esta competencia está relacionada con su actitud tolerante. Raquel se convierte en una fuente de inspiración para aquellas que desean emprender, transmitiendo un mensaje de confianza y motivación.

Además, Raquel promueve activamente el espíritu de equipo, lo que está relacionado con enfoque hacia la diversidad. En su comunidad de mujeres, valora y fomenta la participación de cada una, enriqueciendo así la dinámica del grupo. Relacionada con esta, otra competencia que destaca es su capacidad para apoyar a sus compañeras, lo que está profundamente relacionada con su empatía. Raquel muestra comprensión hacia las necesidades y desafíos de las mujeres de su comunidad, lo que le permite diseñar estrategias efectivas tanto para su negocio como para el beneficio de la comunidad. Esta empatía también fomenta la innovación, ya que Raquel trabaja para abordar las necesidades de las mujeres de manera creativa.

Figura 56. Análisis del relato de Raquel desde la perspectiva de sus capacidades y características (2)



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con ATLAS.Ti®

La creatividad es, de hecho, otra característica de Raquel. Esta se puede observar en la creación de nuevos productos que ofrece a sus clientes, lo que demuestra su capacidad para innovar a partir de lo tradicional y mantener a flote su negocio.

9 Síntesis del análisis de los relatos de vida

En síntesis y tras un análisis exhaustivo de los relatos de las mujeres emprendedoras, se han identificado y evaluado cuidadosamente las competencias que emergen con mayor frecuencia. Este proceso se ha llevado a cabo teniendo en consideración las seis dimensiones de competencias transversales del proyecto HERMES.

En la dimensión de alfabetización, se han observado con mayor frecuencia competencias cruciales para emprender en el sector vitivinícola, entre las que se destaca la capacidad para enfrentar la incertidumbre, la cual es esencial para tomar decisiones cuando no se tiene toda la información disponible, algo importante en el sector del vino, donde el clima y otros factores pueden ser impredecibles. Además, la capacidad de adaptarse a los cambios se revela como una competencia importante en el sector, donde las tendencias de consumo y las condiciones climáticas pueden variar considerablemente y las mujeres han de adaptarse a estas circunstancias cambiantes. Por último, la capacidad de comunicar ideas se muestra como un factor principal en el mundo del

vino, donde la promoción de los vinos y la comunicación con los proveedores y consumidores es fundamental (véase Tabla 36).

Tabla 36. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión Alfabetización

Participante	ALFABETIZACIÓN					
	Enfrentar la incertidumbre	Trabajar con eficiencia	Adaptarse al cambio	Planificar la acción	Comunicar la idea	Gestionar el conocimiento
Alba	x					
Olga	x					
Teresa		x	x		x	
Yara				x	x	
Esther	x		x	x		
Victoria			x			x
Liliana					x	x
Belén						
Isabel	x	x			x	x
Paulina						
Marta						
Raquel			x			
TOTAL	4	2	4	2	4	3

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los relatos de vida

Dentro de la dimensión de autodirección, las competencias más identificadas son la capacidad de orientarse al objetivo y de perseverar en la tarea (véase Tabla 37). En el sector vitivinícola, tener una visión clara de los objetivos es crucial para la producción y la comercialización de vinos de calidad. Saber hacia dónde se dirigen y qué quieren lograr ayuda a tomar decisiones adecuadas en el cultivo de los viñedos, la elección de variedades de uva y la creación de estrategias de mercado, entre otras cosas. Además, en el mundo del vino, perseverar en las tareas es clave debido a la inversión a largo plazo que implica el cultivo de viñedos y la espera necesaria para recoger la cosecha. Las mujeres emprendedoras que perseveran a pesar de los obstáculos y dificultades tienen más posibilidades de alcanzar el éxito en el sector vitivinícola, donde la paciencia y la persistencia son esenciales.

Tabla 37. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión Autodirección

Participante	AUTODIRECCIÓN					
	Orientarse al objetivo	Tener una dedicación	Cumplir el compromiso	Tener la convicción	Seguir la norma	Perseverar en la tarea
Alba	x			x		x
Olga	x	x				x
Teresa						x
Yara	x		x			
Esther	x					x
Victoria	x					x
Liliana						
Belén						

Participante	AUTODIRECCIÓN					
	Orientarse al objetivo	Tener una dedicación	Cumplir el compromiso	Tener la convicción	Seguir la norma	Perseverar en la tarea
Isabel	x					
Paulina						
Marta						
Raquel	x					
TOTAL	7	1	0	1	0	5

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los relatos de vida

En la dimensión de interacción social se han identificado con mayor frecuencia las competencias de fomentar el espíritu de equipo, apoyar al compañero/a y dirigir personas (véase Tabla 38). En el sector vitivinícola el trabajo en equipo es esencial para realizar las diversas tareas que conlleva, por lo que la capacidad de unir a las personas y promover la colaboración puede impulsar la eficiencia y la calidad del producto final. Además, este sector enfrenta determinados desafíos y situaciones imprevistas y el apoyo mutuo entre compañeros es primordial. Las mujeres emprendedoras que demuestran esta competencia pueden crear relaciones sólidas en la industria y contar con un respaldo valioso en momentos difíciles. Por otro lado, a medida que un negocio vitivinícola crece, la capacidad de liderar y dirigir personas se vuelve fundamental. Dirigir eficazmente un equipo puede garantizar una producción y una gestión efectiva de la bodega y del viñedo.

Tabla 38. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión de interacción social

Participantes	INTERACCIÓN SOCIAL					
	Motivar a otros	Cooperar con el plan	Fomentar el espíritu de equipo	Apoyar al compañero	Gestionar el conflicto	Dirigir personas
Alba						x
Olga		x				x
Teresa						
Yara		x				x
Esther				x		
Victoria	x		x	x	x	x
Liliana				x	x	
Belén				x		
Isabel			x	x	x	
Paulina			x			
Marta						
Raquel	x		x	x		
TOTAL	2	2	4	6	3	4

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los relatos de vida

En la dimensión relacionada con la interacción con el mundo, se ha observado que dos competencias han sobresalido con mayor frecuencia en los relatos de vida de las mujeres emprendedoras en el mundo del vino (véase Tabla 39 en la página 254). Por un lado, la capacidad

de proponer la iniciativa, pues en el sector vitivinícola es fundamental ser proactivo y estar dispuesto a proponer nuevas ideas. Las mujeres que tienen la capacidad de tomar la iniciativa pueden identificar oportunidades para mejorar la calidad del vino, desarrollar nuevas prácticas sostenibles o crear nuevas estrategias para vender su producto. Por otro lado, el compromiso es fundamental en el mundo del vino debido a la dedicación y el esfuerzo que se requiere. Las mujeres que han emprendido en este sector están dispuestas a invertir tiempo y energía en todas las fases del proceso, desde el cultivo de la uva hasta la comercialización del vino. Además, nos encontramos ante un sector cuyas raíces son muy tradicionales, donde el compromiso con la cultura del vino y la preservación de los viñedos y las prácticas tradicionales son fundamentales.

Tabla 39. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión de interacción con el mundo

Participante	INTERACCIÓN CON EL MUNDO					
	Generar consenso	Negociar el acuerdo	Proponer la iniciativa	Impulsar la solidaridad	Gestionar el recurso	Estar comprometida
Alba			x			
Olga		x	x		x	x
Teresa	x		x			
Yara		x	x			
Esther			x			x
Victoria						x
Liliana		x				x
Belén						
Isabel			x			
Paulina	x					
Marta			x			
Raquel						
TOTAL	2	3	7	0	0	4

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los relatos de vida

En cuanto a la dimensión relacionada con la sostenibilidad, se ha observado la presencia recurrente de dos competencias transversales clave: buscar la sostenibilidad e identificar la oportunidad (véase Tabla 40 en la página 255). En primer lugar, en el mundo del vino, la capacidad de adoptar prácticas sostenibles es crucial debido a la preocupación social por el medio ambiente. Además, las emprendedoras que priorizan la sostenibilidad señalan no solo contribuir a la conservación del entorno, sino también a mejorar la calidad de sus vinos. En segundo lugar, en un sector tan variado y competitivo como es la vitivinicultura, la capacidad para identificar oportunidades es fundamental para lograr el éxito en el emprendimiento. En relación con lo anterior, la sostenibilidad, tanto desde una perspectiva ambiental como económica, se presenta como una oportunidad en el mundo del vino, pues cada vez se valoran más los productos ecológicos.

Tabla 40. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión de Sostenibilidad

Participante	SOSTENIBILIDAD					
	Gestionar el cambio	Buscar la sostenibilidad	Identificar la oportunidad	Respetar los valores	Tener la consideración	Promover la ecuanimidad
Alba			x			
Olga						
Teresa					x	
Yara	x			x		
Esther		x				
Victoria					x	
Liliana	x					
Belén		x				
Isabel						
Paulina		x	x			
Marta		x				
Raquel	x		x			
TOTAL	3	4	3	1	2	0

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los relatos de vida

Por último, en la dimensión sobre el aprendizaje a lo largo de la vida se han identificado con mayor frecuencia la competencia de tomar la decisión, diseñar estrategias y favorecer la innovación (véase Tabla 41). Primero, la capacidad de tomar decisiones es fundamental en el mundo del vino, donde hay que elegir desde la selección de las variedades de la uva adecuadas al terreno hasta las inversiones en equipo y tecnología. La toma de decisiones meditadas puede marcar la diferencia en la calidad de los vinos, así como en la eficiencia de la bodega y el viñedo. Una vez se toman decisiones, el siguiente paso es diseñar estrategias, tanto para el cultivo de la uva, la comercialización, la distribución y otros pasos del proceso vitivinícola. Según las participantes, la elaboración de estrategias bien planificadas es fundamental para lograr el éxito en un mercado que está en constante evolución.

Tabla 41. Competencias emprendedoras detectadas en los relatos de vida. Dimensión del Aprendizaje a lo largo de la vida

Participante	APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA					
	Tomar decisiones	Producir la mejora continua	Resolver el problema	Diseñar estrategias	Emprender ideas	Favorecer la innovación
Alba	x	x	x	x		
Olga				x		
Teresa						
Yara					x	
Esther						x
Victoria			x		x	
Liliana				x		x
Belén		x				
Isabel	x					
Paulina						
Marta	x					

Participante	APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA					
	Tomar decisiones	Producir la mejora continua	Resolver el problema	Diseñar estrategias	Emprender ideas	Favorecer la innovación
Raquel				x		x
TOTAL	3	2	2	4	2	3

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los relatos de vida

10 Síntesis del capítulo

Este capítulo está destinado al análisis de los datos cualitativos, centrándose, por un lado, en las historias de vida de siete mujeres emprendedoras y, por otro lado, al análisis de cinco relatos breves que aportan perspectivas adicionales a la investigación.

En el primer apartado se lleva a cabo un análisis minucioso en términos de competencias de las vidas de mujeres que han emprendido en el sector vitivinícola. Examinamos cómo estas mujeres han adquirido aprendizajes clave en diferentes etapas de su vida, desarrollando habilidades, conocimientos y rasgos de personalidad que se han revelado esenciales en su camino emprendedor. Este análisis profundo nos ha servido para comprender mejor cómo las experiencias y desafíos han contribuido al desarrollo de esas competencias emprendedoras.

Cada análisis culmina con la construcción del perfil emprendedor de cada mujer. Estos perfiles sintetizan los aspectos más destacados de sus vidas, sus competencias adquiridas y sus características emprendedoras.

El segundo apartado se enfoca en el análisis de cinco relatos breves. Estos relatos ofrecen una perspectiva más concisa pero valiosa sobre las experiencias de mujeres emprendedoras en el mundo rural. A través de este análisis, se busca complementar y enriquecer la comprensión obtenida de las historias de vida completas.

Finalmente, se realiza una síntesis de las competencias identificadas en las mujeres participantes, que son las siguientes: 1) enfrentar la incertidumbre; 2) adaptarse al cambio; 3) comunicar la idea, 4) orientarse al objetivo; 5) perseverar en la tarea; 6) fomentar el espíritu de equipo; 7) apoyar al compañero; 8) dirigir personas; 9) proponer la iniciativa; 10) estar comprometida; 11) buscar la sostenibilidad; 12) identificar la oportunidad; 13) tomar decisiones; 14) diseñar estrategias; y 15) favorecer la innovación.

CAPÍTULO 9

Análisis de datos cuantitativos: descripción y relación entre las variables del estudio

En este capítulo se presentan los datos recopilados a través del cuestionario y se analizan para extraer conclusiones y respuestas a las preguntas de investigación planteadas.

Para realizar el análisis de los datos recopilados se ha utilizado el programa Sphinx® (*Sphinx iQ3*, 2023). Este software es una herramienta utilizada para el análisis estadístico y la generación de informes de estudios de investigación.

El análisis se ha centrado en dos enfoques principales: análisis descriptivo y correlación entre variables. Por un lado, el análisis descriptivo implica examinar y resumir los datos recopilados. Para ello, se han calculado las medidas estadísticas como la media, la mediana, la moda y la desviación estándar de las variables. Por otro lado, la relación entre variables se basa en examinar cómo dos o más variables están relacionadas en un conjunto de datos. Estas relaciones han sido evaluadas

utilizando diversas técnicas estadísticas como las tablas de contingencia, los gráficos de dispersión o las pruebas de correlación

Es importante destacar que los resultados obtenidos en esta fase servirán de apoyo al análisis de los relatos de vida realizadas en la otra fase del estudio. El cuestionario permite tener una visión más amplia y cuantitativa de los temas que se abordan en los relatos de vida, lo que posibilita obtener una comprensión más completa y profunda de las experiencias de las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola. En conjunto, los resultados de ambas fases del estudio proporcionarán una perspectiva sólida y rigurosa de la situación actual y permitirán identificar oportunidades y retos para el desarrollo emprendedor femenino.

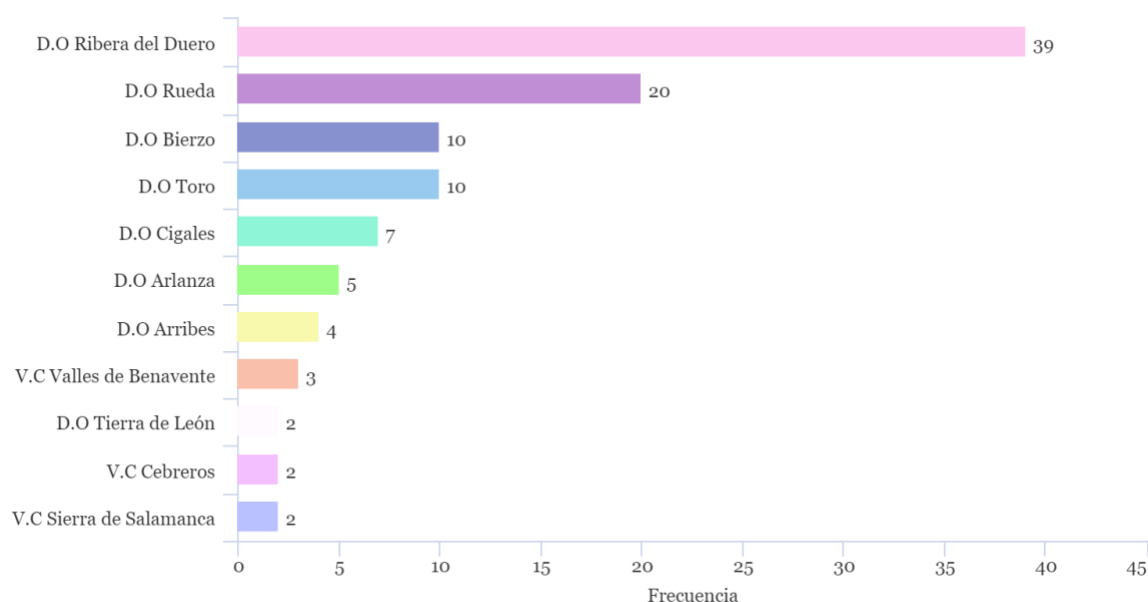
1 Distribución de las mujeres participantes en el sector vitivinícola de Castilla y León

Este apartado se centra en recopilar datos básicos en función de tres variables: si son propietarias de viñedo o bodega, la Denominación de Origen a la que pertenecen y las tareas que realizan en el mundo del vino.

Según la información proporcionada en función de la propiedad en el sector vitivinícola, se identificó que 14 mujeres son propietarias de viñedo, 8 son propietarias de bodega y 78 son propietarias tanto de viñedo como de bodega.

En el Gráfico 4 se presenta la distribución de las mujeres participantes en el sector según la D.O. a la que pertenecen. Las D.O. de las que se obtuvo mayor respuesta son Ribera del Duero, Rueda, El Bierzo y Toro, coincidiendo con aquellas que muestran una mayor representación y participación de mujeres emprendedoras en comparación con otras. Además de estas D.O. también se recibió respuestas significativas de mujeres vinculadas a las D.O. Cigales, Arlanza, Arribes y Valles de Benavente, así como los Vinos de Calidad con Indicación Geográfica de Tierra de León, Cebreros y Sierra de Salamanca en menor medida.

Gráfico 4. Distribución de mujeres participantes en función de las Denominaciones de Origen

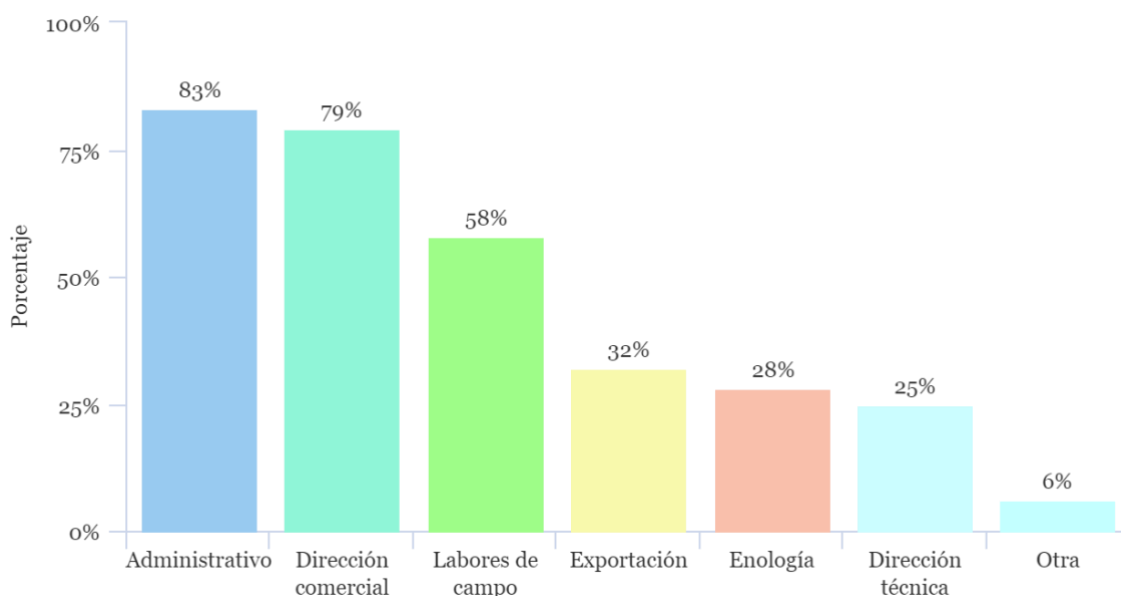


Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

El hecho de que estas D.O. tuvieran una mayor respuesta por parte de las mujeres participantes puede indicar una mayor presencia, interés o involucramiento de las mujeres en estas regiones vitivinícolas específicas.

En cuanto a las tareas que realizan dentro del sector vitivinícola, las participantes proporcionaron datos que reflejan la diversidad de roles que desempeñan y su participación en diferentes aspectos del mundo del vino. Según las respuestas recopiladas, se observó que un alto porcentaje de mujeres se involucra en tareas de administración (83%) y dirección comercial (79%), seguidas de labores de campo (58%). Además, se identificó también la participación en áreas como la exportación (32%), la enología (28%) y la dirección técnica (25%), aunque en menor medida (véase Gráfico 5). Estos resultados muestran el compromiso y la versatilidad de las mujeres en el sector vitivinícola, así como su distribución en áreas clave de la producción de vino.

Gráfico 5. Distribución de mujeres participantes en función de las tareas que desempeñan en el sector vitivinícola



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

a) Edad

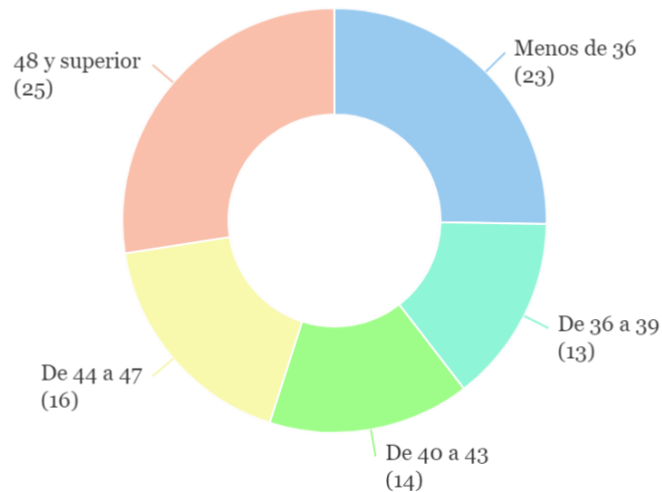
Las mujeres emprendedoras que respondieron a los cuestionarios abarcan un rango de edad diverso. Desde jóvenes que están comenzando su trayectoria emprendedora, como mujeres más maduras que llevan años siendo emprendedoras y tienen mucha experiencia acumulada en el mundo del vino. En total, se han clasificado 23 mujeres en el grupo de menos de 36 años, 13 en el grupo de 36 a 39 años, 14 en el grupo de 40 a 43 años, 16 mujeres en el grupo de 44 a 47 años y 25 en el grupo de más de 48 años (véase Gráfico 6).

Esta diversidad en las edades refleja que el espíritu emprendedor puede manifestarse en cualquier momento y no está limitado por la edad. Asimismo, esto ha permitido obtener una perspectiva amplia y enriquecedora sobre las diversas etapas y experiencias en el mundo del emprendimiento.

a) Lugar de nacimiento

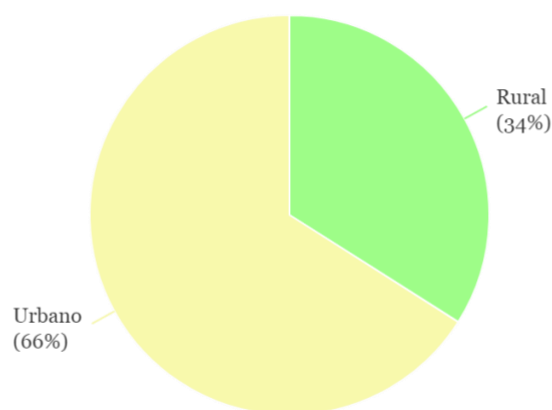
En el cuestionario se solicitó a las mujeres que identificaran si nacieron en un entorno rural (34%) o en una zona urbana (66%). Esta distinción permite explorar cómo el contexto de origen puede influir en su experiencia y enfoque como emprendedoras (véase Gráfico 7).

Gráfico 6. Edad de las mujeres participantes



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Gráfico 7. Distribución de mujeres participantes en función de su origen



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Aquellas que indicaron haber nacido en áreas rurales se han criado en entornos caracterizados por una menor densidad de población, una mayor proximidad a la naturaleza y una estructura socioeconómica diferente a la de las zonas urbanas. Estas mujeres pueden haber enfrentado desafíos particulares, como una menor disposición de recursos y servicios y una menor diversidad de oportunidades profesionales. Por otro lado, las participantes que indicaron haber nacido en ciudades han crecido en entornos más poblados, con mayores infraestructuras y una amplia gama de oportunidades y recursos disponibles. Estas mujeres pueden haber tenido un acceso más fácil a servicios financieros, asesoramiento y redes profesionales, lo que puede haber influido en su experiencia emprendedora. Estas diferencias entre los contextos rurales y urbanos pueden influir en la forma en que las emprendedoras abordan la identificación de oportunidades, el acceso a los recursos, la construcción de redes y la resolución de problemas. Esto se analizará en apartados posteriores. Sin embargo, al relacionar la variable de lugar de nacimiento con las competencias transversales de resolver problemas e identificar la oportunidad, se observa que la relación es poco significativa (véase Tabla 42).

Tabla 42. Relación de las variables "resolver problemas" e "identificar la oportunidad" en función del lugar de nacimiento

	RESOLVER EL PROBLEMA	IDENTIFICAR LA OPORTUNIDAD
Rural	4,1	3,8
Urbano	4,4	4,0

■ Elementos significativamente inferiores a la media ■ Elementos significativamente superiores a la media

LUGAR DE NACIMIENTO/Resolver el problema : La relación es poco significativa. $p\text{-value}= 0,1$; Fisher= 2,8.
 Varianza inter= 1,2. Varianza intra= 0,4.
 LUGAR DE NACIMIENTO/Identificar la oportunidad : La relación es poco significativa. $p\text{-value}= 0,1$; Fisher= 2,7.
 Varianza inter= 1,3. Varianza intra= 0,5.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

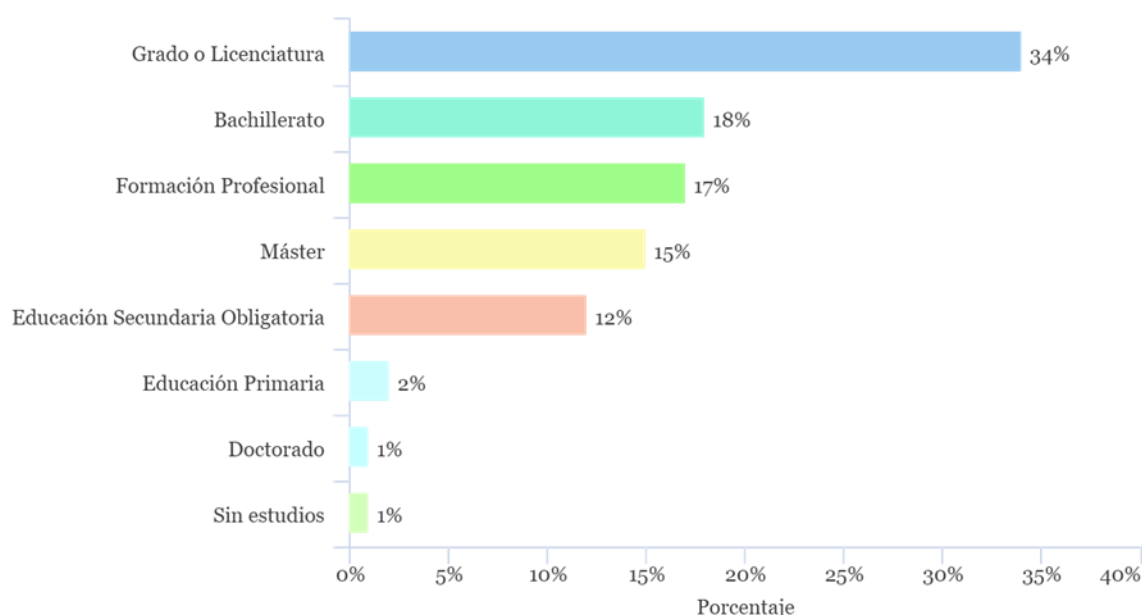
b) Nivel formativo

El nivel formativo de las mujeres participantes revela una diversidad de logros educativos, lo cual refleja una sólida base académica entre ellas (véase Gráfico 8). De acuerdo con los resultados obtenidos, el 34% de las mujeres poseen un grado o licenciatura. Entre estas mujeres con formación universitaria, el 48% ha recibido una formación relacionada específicamente con el mundo del vino. Esto indica un alto nivel de especialización y conocimiento en el sector vitivinícola.

Además, se observa que el 18% de las participantes cuentan con un título de bachillerato, lo que demuestra un nivel educativo medio-alto. Un 17% de las mujeres participantes han completado estudios de formación profesional, lo cual indica que han adquirido habilidades y conocimientos específicos en áreas técnicas y prácticas.

Un 15% de las mujeres participantes han alcanzado el nivel de estudios de máster, lo que sugiere una motivación por la adquisición de conocimientos especializados y una mayor capacidad para abordar temas complejos dentro del mundo del vino.

Gráfico 8. Nivel formativo de las mujeres participantes



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Es interesante destacar que el 12% de las participantes cuentan con la Educación Secundaria Obligatoria, el 2% tienen solamente la Educación Primaria y un 1% no tiene ningún tipo de formación. Esto demuestra que el espíritu emprendedor puede superar las barreras educativas tradicionales. Este pequeño porcentaje de mujeres ha encontrado la motivación y las habilidades necesarias para iniciar y desarrollar su proyecto sin tener ningún tipo de formación, lo cual es un logro destacable.

c) Rasgos de personalidad

En cuanto a los rasgos de personalidad, se observan características comunes entre las mujeres emprendedoras. Aunque cada una de ellas es única, existen ciertos rasgos que parecen estar presentes en muchas de ellas. Estos rasgos incluyen la persistencia, la perseverancia, la iniciativa, la perspectiva de futuro, el pensamiento crítico, la versatilidad, el optimismo, la lealtad y la resiliencia (véase Gráfico 9 en la página 265). A continuación, se detalla cada uno de estos rasgos y su relevancia en el contexto del emprendimiento femenino:

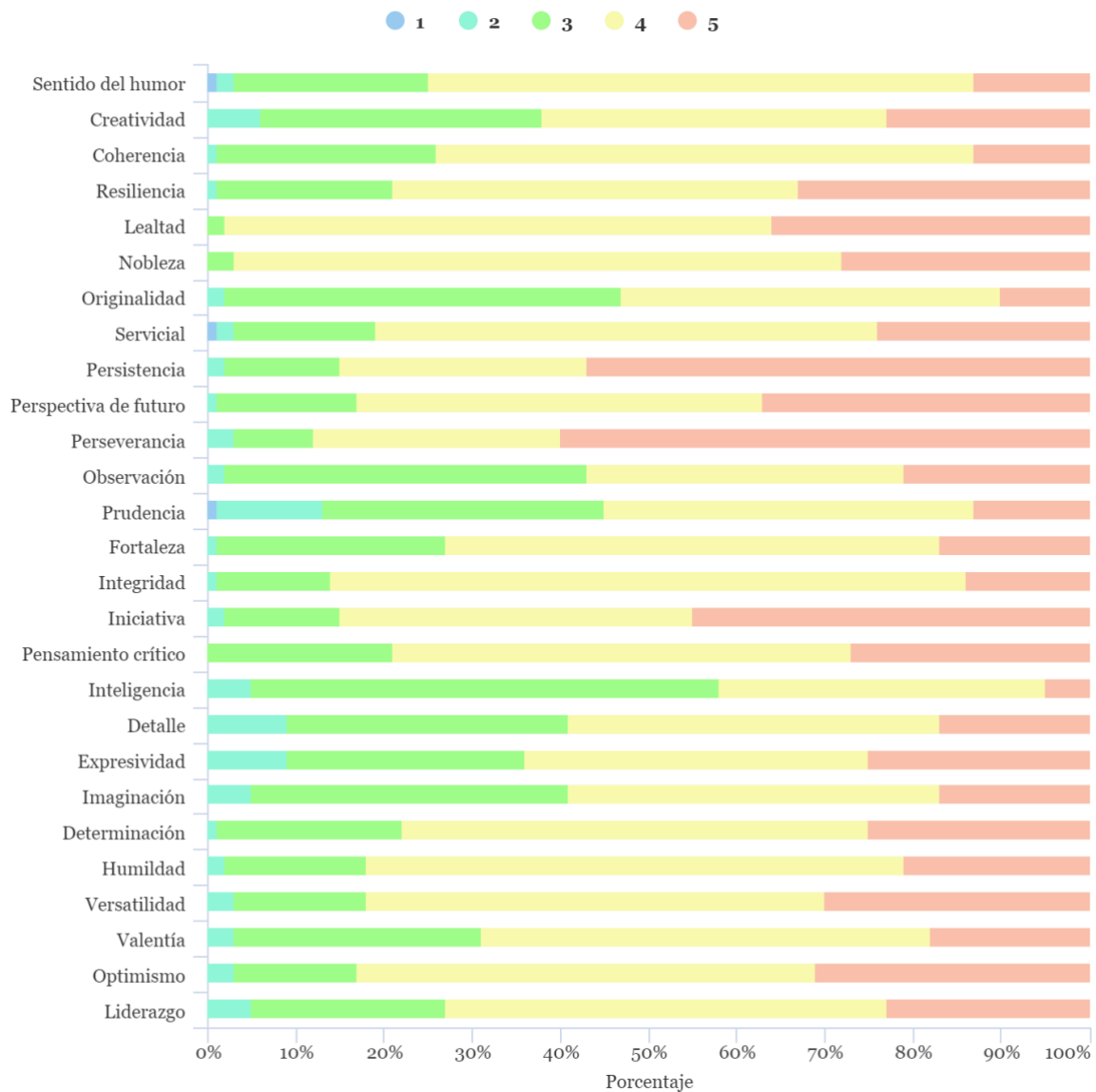
- Lealtad. La mayoría de las participantes (98%) indicaron que tienen un alto nivel de lealtad. Ser leal tiene un valor fundamental en el ámbito emprendedor que se traduce en ser leal a

los clientes, los empleados y los socios comerciales. La construcción de relaciones sólidas y duraderas es esencial para el éxito emprendedor.

- Perseverancia. Está estrechamente relacionada con la persistencia. Las mujeres emprendedoras (88%) son capaces de mantener su motivación y esfuerzo a largo plazo, incluso cuando se enfrentan a situaciones difíciles o a momentos de incertidumbre.
- Persistencia: las mujeres emprendedoras (85%) señalaron tener la capacidad para mantenerse firmes en la consecución de sus objetivos, a pesar de los desafíos y obstáculos que puedan surgir en el camino. La persistencia les permite superar los fracasos y aprender de ellos, adaptándose y mejorando continuamente.
- Iniciativa. Las mujeres participantes (85%) se caracterizan por ser proactivas y tomar la iniciativa en la búsqueda de oportunidades.
- Perspectiva de futuro. La mayoría de las participantes (83%) señalaron tener una clara perspectiva de futuro. Esto les permite anticipar cambios en el mercado, adaptarse y aprovechar nuevas oportunidades.
- Optimismo. Un alto porcentaje de mujeres (83%) indicaron que el optimismo es un rasgo importante para las emprendedoras, ya que les ayuda a mantener una actitud positiva frente a las dificultades y a encontrar oportunidades en medio de los desafíos.
- Versatilidad. Ser versátil significa poder asumir diferentes roles y responsabilidades según las necesidades del negocio, algo que se puede ver en la multitud de tareas que realizan las mujeres participantes (82%).
- Pensamiento crítico. Un alto porcentaje de mujeres (79%) apuntaron tener un alto nivel de pensamiento crítico. Estas mujeres tienen la capacidad de analizar situaciones, evaluar riesgos y tomar decisiones fundamentadas. El pensamiento crítico les permite abordar los desafíos de manera estratégica y encontrar soluciones innovadoras.
- Resiliencia. Se refiere a la capacidad de adaptarse, recuperarse y crecer frente a situaciones adversas. Muchas de las participantes (79%) señalaron tener un alto nivel de resiliencia. Como veremos, las emprendedoras enfrentan numerosos obstáculos en su camino emprendedor. Sin embargo, su resiliencia les permite superar estos contratiempos, aprender de ellos y seguir adelante con determinación.

En resumen, el análisis de este apartado revela que las mujeres emprendedoras valoran una serie de rasgos de personalidad que les ayudan a tener éxito el mundo empresarial. Al desarrollarlos, las mujeres pueden fortalecer su capacidad para enfrentar desafíos, aprovechar oportunidades y alcanzar sus objetivos.

Gráfico 9. Relación de rasgos de personalidad más valorados por las mujeres emprendedoras



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

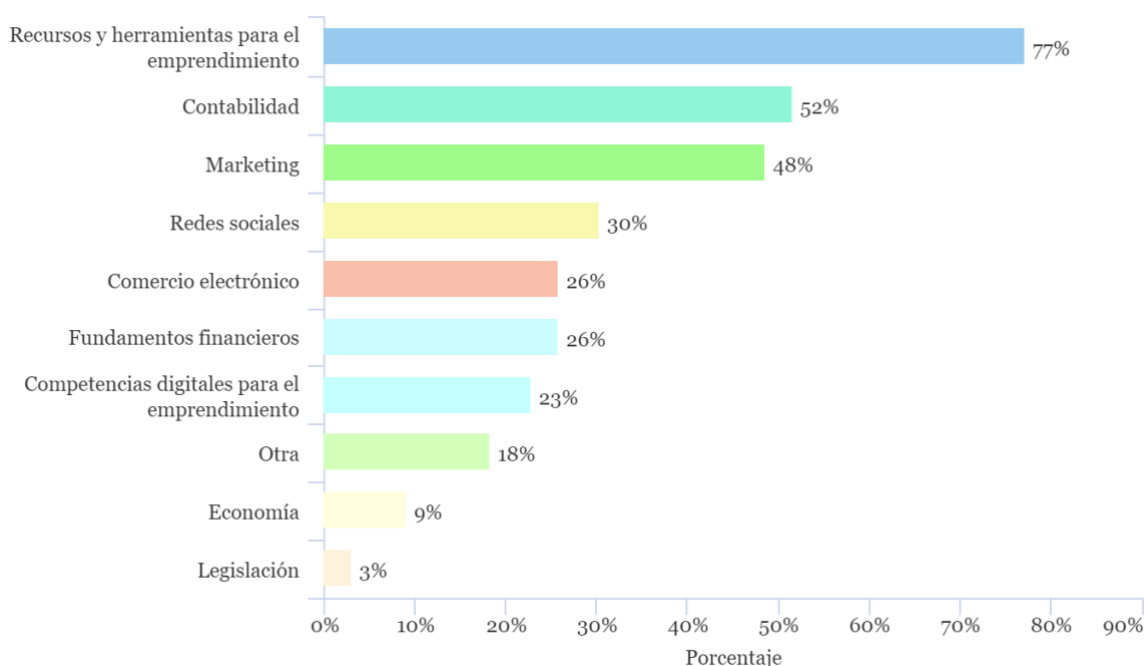
Los rasgos de personalidad mencionados anteriormente no existen de forma aislada, sino que están interconectados y se refuerzan mutuamente en el contexto del emprendimiento. Además, están estrechamente relacionados con las competencias necesarias para emprender que se explorarán más adelante del estudio.

2 Relevancia de la formación no formal e informal en el desarrollo de competencias emprendedoras

La formación no formal juega un papel importante en el desarrollo de competencias emprendedoras. Aunque la educación formal proporciona una base sólida, la formación adicional puede marcar la diferencia en éxito emprendedor. En el caso de las mujeres participantes, los resultados muestran que un 66% de ellas manifestaron haber realizado cursos específicos para emprender.

El hecho de que un alto porcentaje de mujeres haya optado por realizar cursos para emprender demuestra su reconocimiento de la importancia de adquirir habilidades y conocimientos prácticos para desarrollar y hacer crecer sus proyectos. Los cursos que han realizado ofrecen orientación sobre recursos y herramientas para el emprendimiento (77%), contabilidad (52%), marketing (48%), redes sociales (30%), comercio electrónico (26%), fundamentos financieros (26%), competencias digitales (23%), economía (9%) y legislación (3%), entre otros (véase Gráfico 10).

Gráfico 10. Formación no formal adquirida por las mujeres para emprender



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

No obstante, cabe destacar que el 34% de mujeres participantes manifestaron no haber recibido formación adicional para emprender. Aunque no hayan realizado cursos específicos, es posible que hayan adquirido habilidades y conocimientos a través de otras vías, como la experiencia

laboral, la observación o el aprendizaje autodidacta. Concretamente, el 95% de las participantes señalaron que las experiencias de su día a día y el aprendizaje en momentos informales le han ayudado a aprender.

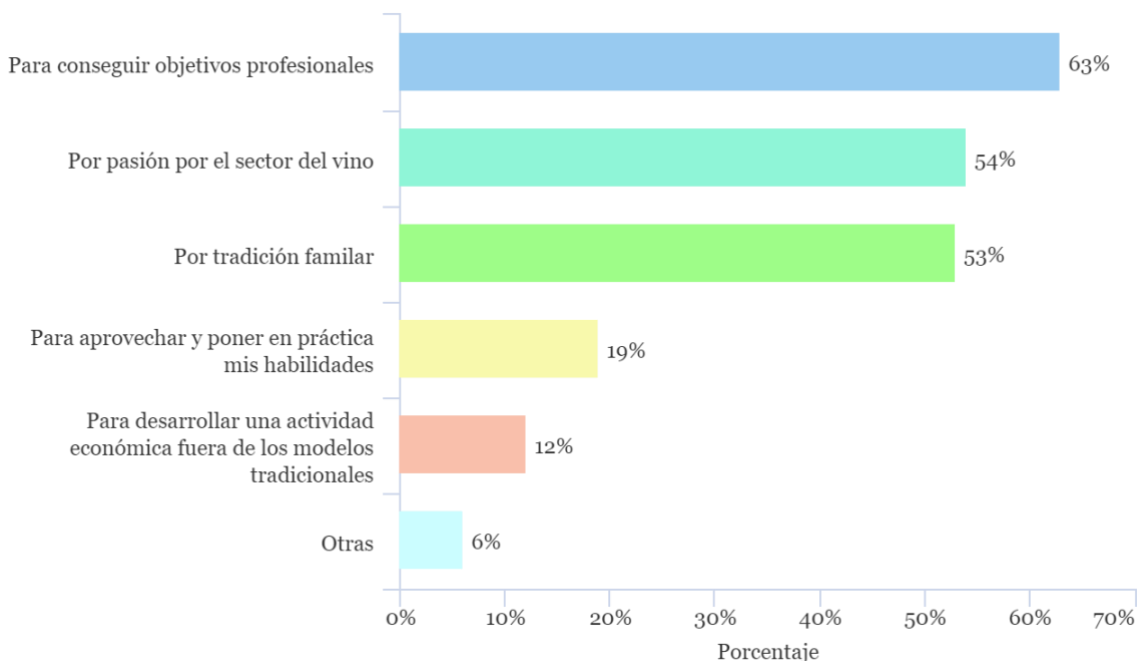
3 Factores que influyen en la decisión de emprender

La decisión de emprender está influenciada por una variedad de factores que reflejan las motivaciones y aspiraciones de las mujeres participantes. Los resultados obtenidos muestran una diversidad de razones que impulsan a emprender, entre las que se destacan las siguientes (véase Gráfico 11 en la página 268):

- a) Para conseguir objetivos profesionales: el 63% de las mujeres que han participado en el estudio manifestaron haber emprendido con el objetivo de alcanzar metas y objetivos profesionales. Esto indica que ven en el emprendimiento como una oportunidad para avanzar en sus carreras y lograr un crecimiento profesional más allá de las opciones tradicionales de empleo.
- b) Por pasión por el mundo del vino: el 54% de las mujeres expresaron que su pasión por el sector es un factor determinante para emprender. Esto destaca la importancia de tener una fuerte conexión entre lo emocional y una profunda dedicación al sector vitivinícola como motor para emprender en este mundo.
- c) Por tradición familiar: un 53% de las participantes indicaron que su emprendimiento ha consistido en continuar con el legado familiar. Esto resalta la importancia de la herencia familiar y la continuidad de generación en generación en el sector vitivinícola.
- d) Para aprovechar y poner en práctica sus habilidades: un 19% de las mujeres han emprendido con el objetivo de poner en práctica sus habilidades. Esto sugiere que ven el emprendimiento como una oportunidad para poner en práctica sus talentos y competencias, a la vez que pueden desarrollar nuevas habilidades durante el proceso.
- e) Para desarrollar una actividad fuera de los modelos tradicionales: un 12% de las mujeres participantes han optado por emprender con el propósito de desarrollar una actividad fuera de los modelos tradicionales. Esto muestra un deseo de romper con las limitaciones impuestas por las estructuras laborales habituales y buscar una mayor autonomía y flexibilidad a través del emprendimiento.
- f) Otros: un 6% de las mujeres mencionaron otros factores que influyen en su decisión de emprender. Estos motivos pueden variar según las circunstancias y experiencias individuales. Podrían incluir aspectos como la búsqueda de independencia económica,

el deseo de tener un impacto social o el interés de explorar nuevas oportunidades de negocio.

Gráfico 11. Motivaciones y aspiraciones que influyen en la decisión de emprender



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

4 La importancia de los antecedentes familiares en el emprendimiento femenino

Los resultados obtenidos muestran que un 57% de las mujeres señalaron que no tienen antecedentes de mujeres emprendedoras en su familia, mientras que un 43% sí los tienen.

La ausencia de antecedentes de mujeres emprendedoras en la familia para el 57% de las participantes puede implicar un contexto en el que el emprendimiento no ha sido una experiencia comúnmente compartida. Esto podría generar un mayor desafío para estas mujeres a la hora de iniciar su proyecto, ya que no cuentan con modelos de referencia cercanos en su entorno familiar.

Por otro lado, el 43% de las mujeres que sí tienen antecedentes de mujeres emprendedoras en su familia pueden beneficiarse de la experiencia previa y el conocimiento transmitido de generación en generación. La existencia de ejemplos femeninos de emprendimiento en el ámbito familiar puede servir como fuente de inspiración y apoyo, proporcionando una base de conocimientos y un espíritu emprendedor temprano.

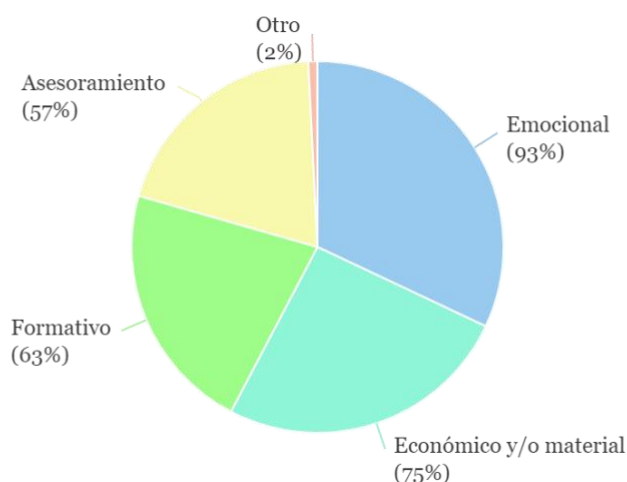
Es importante destacar que independientemente de si tienen o no antecedentes de emprendimiento femenino, todas las mujeres participantes tienen la capacidad de emprender.

Aunque los antecedentes familiares pueden influir en sus actitudes y las oportunidades percibidas, cada una de ellas puede romper con las limitaciones y establecer nuevos precedentes.

5 Apoyos fundamentales en el camino emprendedor de las mujeres

Las participantes compartieron sus experiencias en relación con los apoyos principales recibidos a lo largo de su trayectoria. En primer lugar, el apoyo emocional fue destacado por un 93% de las mujeres emprendedoras. Contar con una red de apoyo que brinde comprensión es fundamental para mantener la motivación y el bienestar emocional de las mujeres en el camino emprendedor. En segundo lugar, el apoyo económico y/o material fue señalado por un 75% de las mujeres. Acceder a financiación y recursos económicos es fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios. En tercer lugar, un 63% de las participantes destacaron que el apoyo formativo ha desempeñado un papel importante en el desarrollo de su emprendimiento. Esto resalta la importancia de los programas de formación, talleres y cursos especializados para adquirir conocimientos técnicos y empresariales. En cuarto lugar, el asesoramiento previo al emprendimiento se ha revelado como un recurso esencial para comenzar un proyecto. Según los datos recogidos, un 57% de las participantes destacaron la importancia de ser tener un buen asesoramiento que les oriente en su camino emprendedor.

Gráfico 12. Tipos de apoyo recibidos por las mujeres en su proceso emprendedor



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

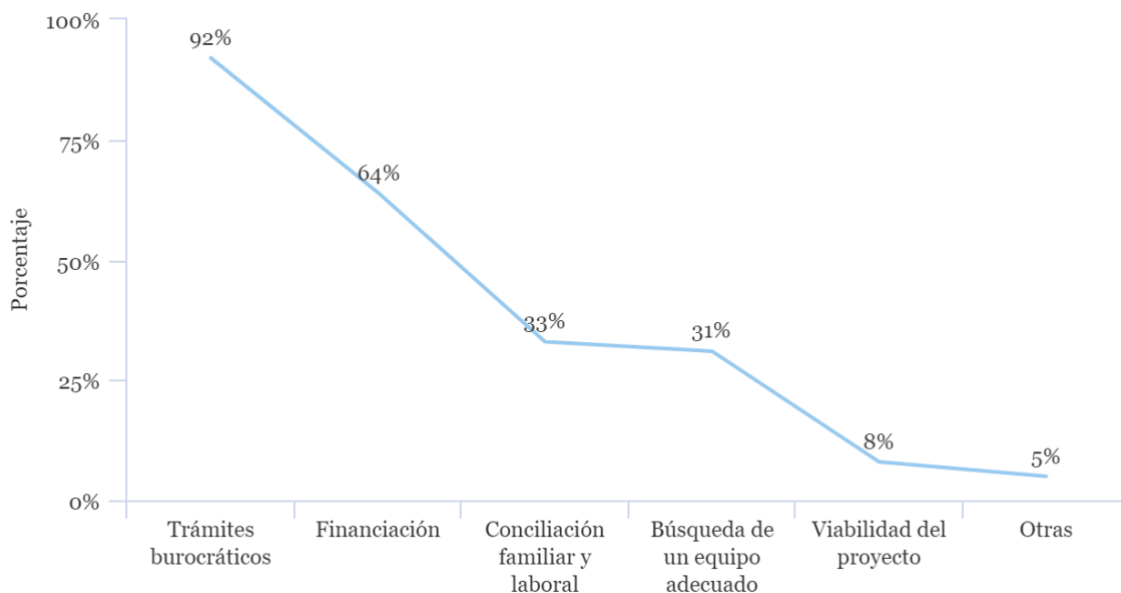
En resumen, los resultados refuerzan la importancia de los apoyos fundamentales en el camino emprendedor de las mujeres. El asesoramiento, el apoyo emocional, el apoyo formativo y el apoyo económico han demostrado ser factores clave para el éxito de las emprendedoras, ya que

les brindan las herramientas y los recursos necesarios para alcanzar sus metas (véase Gráfico 12 en la página 269).

6 Desafíos y barreras en el camino emprendedor de las mujeres

En el mundo del emprendimiento, a menudo se enfrentan a una serie de barreras y obstáculos que pueden dificultar el proceso. Con relación a los resultados obtenidos por las mujeres emprendedoras que han participado en el estudio, los obstáculos más comunes hacen referencia tanto a los aspectos burocráticos y financieros como a cuestiones relacionadas con la conciliación familiar y laboral, la formación de equipos adecuados y la viabilidad de los proyectos (véase Gráfico 13).

Gráfico 13. Obstáculos más comunes en el proceso emprendedor



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

En primer lugar, un gran porcentaje de las mujeres emprendedoras destacaron los trámites burocráticos como uno de los principales obstáculos que han enfrentado en su camino emprendedor (92%). Los complejos procesos administrativos, la carga de regulaciones y la falta de información clara y accesible pueden dificultar el inicio y la gestión de un negocio, lo que requiere un esfuerzo adicional para cumplir con las exigencias legales.

En segundo lugar, el acceso a la financiación fue señalado por el 64% de las participantes. Obtener el capital necesario para crear y progresar un negocio puede resultar desafiante. La falta

de oportunidades equitativas de financiación puede limitar la viabilidad de los proyectos liderados por mujeres.

Otro obstáculo mencionado por un 33% de las participantes fue la conciliación familiar y laboral. Las mujeres a menudo se enfrentan a la necesidad de equilibrar responsabilidades familiares y profesionales, lo que puede generar dificultades para dedicar el tiempo y la energía necesarios al desarrollo de su negocio. La búsqueda de un equilibrio adecuado entre ambos roles se convierte en un desafío constante durante el proceso emprendedor.

Por otro lado, un 31% de las mujeres emprendedoras mencionaron que han tenido dificultad para encontrar un equipo adecuado. La formación de un equipo sólido y competente es fundamental para el éxito emprendedor, pero puede resultar complicado encontrar personas con las capacidades necesarias y una visión alineada al negocio.

En menor medida, un 8% de las participantes señalaron la viabilidad del proyecto como otro de los obstáculos significativos. Valorar la viabilidad y la rentabilidad de un proyecto es primordial para asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Además, un 5% de las emprendedoras mencionaron otros obstáculos específicos, que pueden variar según la naturaleza de cada una, como la falta de redes de contacto.

Tras realizar el análisis cruzado de las variables lugar de nacimiento y obstáculos durante el emprendimiento femenino, no se ha encontrado una relación estadísticamente significativa entre ambas. Esto significa que no existe una conexión evidente entre el lugar de nacimiento (ya sea rural o urbano) y los obstáculos que enfrentan las mujeres al emprender (véase Tabla 43).

Tabla 43. Obstáculos encontrados por las mujeres para emprender según el lugar de nacimiento

Cruce: LUGAR DE NACIMIENTO / OBSTÁCULOS

LUGAR DE NACIMIEN...	OBSTÁCULOS					
	BÚSQUEDA DE UN EQUIPO ADECUADO	CONCILIACIÓN FAMILIAR Y LABORAL	FINANCIACIÓN	OTRAS	TRÁMITES BUROCRÁTICOS	VIABILIDAD DEL PROYECTO
Rural	32%	26%	68%	6%	94%	9%
Urbano	30%	36%	62%	5%	91%	8%
TOTAL	31%	33%	64%	5%	92%	8%

■ Elementos infrarrepresentados ■ Elementos sobrerrepresentados

La relación no es significativa. Valor de P = 1,0 ; Chi2 = 1,0 ; Grados de libertad = 5.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

El hecho de que las mujeres de origen rural y urbano presenten obstáculos similares para emprender indica que las barreras y desafíos que enfrentan no están directamente relacionados con su lugar de origen. Es posible que otros factores, como la educación, los recursos disponibles, las

oportunidades laborales o las normas sociales, tengan un mayor impacto en los obstáculos que tienen para emprender.

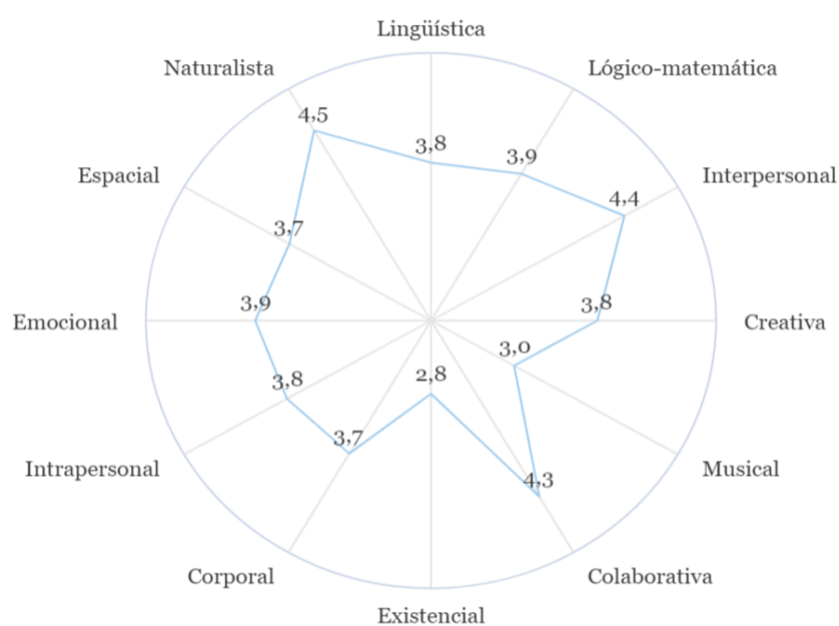
Este hallazgo subraya la importancia de adoptar un enfoque integral y tener en cuenta diversas variables al analizar los desafíos que las mujeres emprendedoras enfrentan. Es fundamental reconocer que cada persona puede tener experiencias y circunstancias que influyen en su capacidad para emprender, independientemente de su lugar de origen.

7 Habilidades de las mujeres emprendedoras

Este apartado de resultados revela las diversas habilidades y talentos que poseen las mujeres emprendedoras, destacando las siguientes áreas (véase Gráfico 14):

- a) Habilidades naturalistas: las mujeres participantes mostraron un promedio de 4.5/5 en este tipo de habilidades, destacando su conexión y apreciación por la naturaleza.
- b) Habilidades interpersonales: las mujeres emprendedoras demostraron un promedio de 4.4/5 en habilidades interpersonales. Estas habilidades les permiten construir y mantener relaciones sólidas con clientes, socios y colaboradores.
- c) Habilidades colaborativas: con un 4.3 de media, las participantes destacaron sus habilidades para colaborar de manera efectiva con los demás, fomentar el trabajo en equipo y aprovechar el potencial colectivo. Esto les permite construir alianzas estratégicas y aprovechar sinergias para el éxito emprendedor.

Gráfico 14. Habilidades y talentos más desarrollados por las mujeres emprendedoras



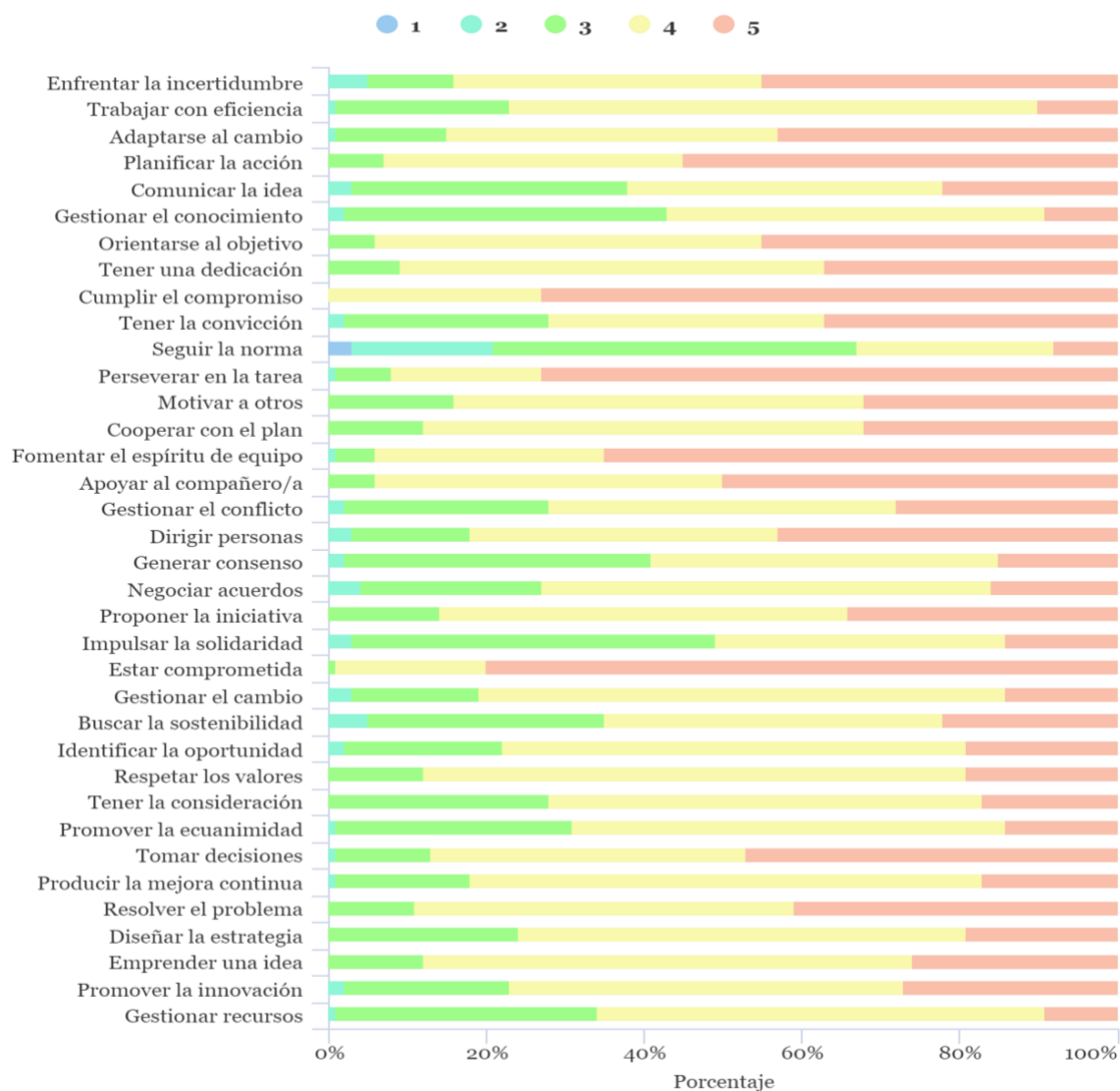
Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

- d) Habilidades lógico-matemáticas: este talento fue destacado entre las mujeres emprendedoras, con un promedio de 3.9. Esto implica una habilidad destacada en el razonamiento lógico, el análisis numérico y la resolución de problemas.
- e) Habilidades emocionales: con una media de 3.9, las mujeres indicaron que poseían una notable inteligencia emocional, lo que les permite comprender y gestionar sus propias emociones, así como las de los demás. Esto contribuye a la creación de entornos laborales saludables y al establecimiento de relaciones sólidas con los clientes y el equipo de trabajo.
- f) Habilidades lingüísticas: con un promedio de 3.8, las mujeres participantes indicaron tener habilidades destacadas en el uso del lenguaje, lo que les permite comunicarse de manera efectiva y persuasiva tanto verbalmente como por escrito.
- g) Habilidades creativas: con un promedio de 3.8, las emprendedoras mostraron tener un alto nivel de capacidad innata para la generación de ideas innovadoras y soluciones creativas, lo que les permite destacarse en entornos empresariales dinámicos.
- h) Habilidades intrapersonales: con una media de 3.8, las mujeres mostraron tener una gran conciencia y comprensión de sí mismas, lo que les ayuda a establecer metas claras, tomar decisiones fundamentadas y gestionar eficazmente su propio crecimiento personal y profesional.
- i) Habilidades corporales: las mujeres emprendedoras indicaron tener notables habilidades corporales (3.7), lo que les permite desarrollar actividades relacionadas con el cuerpo, el movimiento o la expresión corporal. Se desconoce si este tipo de habilidad tiene relación con el emprendimiento.
- j) Habilidades espaciales: las participantes señalaron presentar habilidades para visualizar y manipular objetos en el espacio (3.7), lo que les ayuda en áreas como el diseño o la planificación estratégica
- k) Habilidades musicales: con un promedio de 3, las mujeres emprendedoras indicaron tener habilidades en el ámbito musical, lo que les puede permitir aprovechar la creatividad y la expresión artística en su proyecto.
- l) Habilidades existenciales: con una media de 2.8, las mujeres participantes indicaron tener habilidades para reflexionar y explorar el sentido y el propósito de su emprendimiento, así como su conexión con el mundo que les rodea.

8 Competencia y experiencia: el desarrollo de competencias a través del tiempo en mujeres emprendedoras

En este apartado se analizan las competencias destacadas por las mujeres, aquellas que resaltaron como fundamentales para enfrentar los desafíos y alcanzar el éxito en sus emprendimientos. Basados en sus propias experiencias y percepciones, los resultados obtenidos revelan las competencias más valoradas por las mujeres emprendedoras. Estas competencias han sido clasificadas de acuerdo con el porcentaje de valoración otorgado por las participantes que han señalado el nivel 5 de desarrollo en cada una de ellas. El nivel 5 representa el grado más alto de dominio y aplicabilidad de una competencia en el contexto del emprendimiento (véase Gráfico 15).

Gráfico 15. Competencias desarrolladas por las mujeres emprendedoras



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Las competencias más dominadas por las mujeres durante su proceso emprendedor son las siguientes:

- a) Estar comprometida: el 80% de las participantes señalaron que la dedicación y el compromiso total hacia sus metas y proyectos es primordial para que salgan adelante. Esta competencia puede estar estrechamente relacionada por la pasión que sienten por el sector.
- b) Perseverar en la tarea: un 73% de las participantes consideraron esta competencia como dominada. La perseverancia es crucial en el emprendimiento, ya que implica la capacidad de seguir adelante a pesar de los obstáculos y desafíos que puedan surgir.
- c) Cumplir el compromiso: también con un 73% de valoración, las mujeres mostraron tener un alto grado de cumplimiento del compromiso en sus proyectos. Esto indica que son responsables en la entrega de resultados y en el cumplimiento de sus palabras.
- d) Fomentar el espíritu de equipo: el 65% de las emprendedoras reconocieron tener dominada esta competencia, lo que implica que tienen la capacidad de promover y mantener un ambiente de colaboración y trabajo en equipo, lo cual es fundamental para el éxito en cualquier proyecto.
- e) Apoyar al compañero/a: ligada a la anterior, un 50% de participantes señalaron tener la capacidad de brindar apoyo y asistencia a sus compañeros. Esto destaca su disposición a colaborar y ayudar a otros miembros del equipo o personas externas del mismo.
- f) Planificar las acciones: con un 55%, las mujeres emprendedoras apuntaron tener la capacidad de planificar sus acciones. Esto implica tener la capacidad de establecer metas, desarrollar estrategias y organizar los recursos de manera efectiva.
- g) Tomar decisiones: el 47% de las emprendedoras consideraron tener dominada la toma de decisiones, señalando que es crucial para emprender. Esto implica evaluar diferentes opciones y elegir la mejor estrategia a seguir.
- h) Enfrentar la incertidumbre: el 45% de las participantes indicaron tener un alto nivel de desarrollo en esta competencia. Esto implica que estas mujeres se sienten cómodas y seguras al enfrentar desafíos y cambios imprevistos, siendo capaces de tomar decisiones efectivas en situaciones de incertidumbre.
- i) Orientarse al objetivo: también el 45% de las mujeres señalaron tener dominada la competencia de orientarse al objetivo, lo que indica que tienen la capacidad de establecer metas, enfocarse en ellas y trabajar para su consecución.
- j) Dirigir personas: un 43% de las emprendedoras participantes indicaron tener un alto dominio en la dirección de personas, lo que implica liderar y guiar a otros. Esto implica

tener la capacidad de influir en otros de manera efectiva, establecer relaciones sólidas, comunicarse de manera clara, fomentando el crecimiento y el rendimiento del equipo.

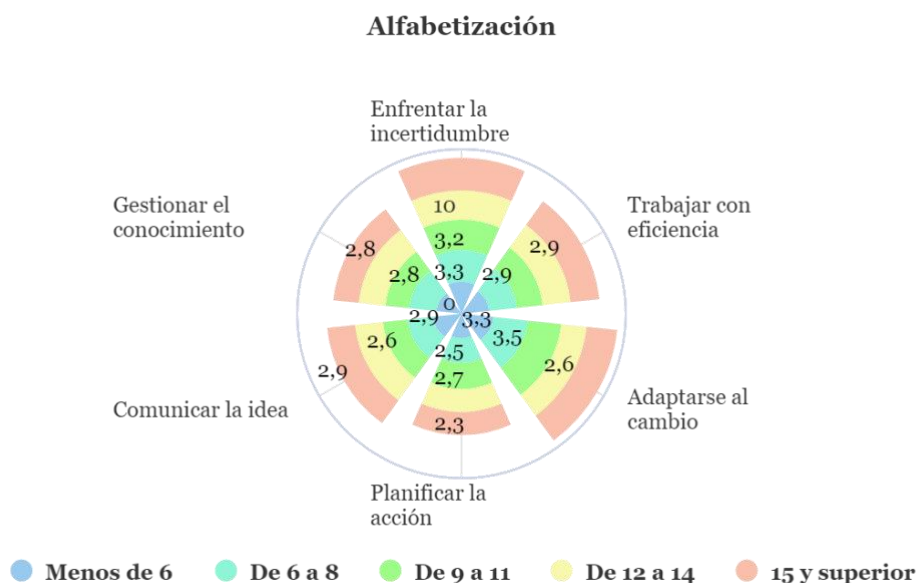
- k) Tener la convicción: el 37% de las mujeres señalaron una alta puntuación en la competencia de tener la convicción, lo que implica tener una fuerte determinación, confianza y creencia en sí mismas y en sus proyectos. La convicción es fundamental para tener éxito en el emprendimiento, ya que implica creer en la viabilidad de una idea de negocio, tener confianza en la propia capacidad para llevarlo a cabo y perseverar incluso en momentos difíciles.
- l) Proponer la iniciativa: un 34% de las mujeres participantes indicaron tener dominada esta competencia, lo que significa que son capaces de tomar la iniciativa, generar ideas y llevarlas a cabo de manera proactiva. Ser capaz de tomar la iniciativa y aportar nuevas perspectivas en el mundo del vino puede marcar la diferencia en un entorno competitivo y en constante evolución.

Ahora bien, al realizar el análisis cruzado entre las competencias más valoradas y los años de experiencia emprendedora de las mujeres, surgieron resultados interesantes. Se observó que, si bien las competencias mencionadas anteriormente eran altamente valoradas en general, su importancia parecía variar según la experiencia de cada emprendedora. En este análisis se han agrupado las competencias según las dimensiones a las que pertenecen: alfabetización, autodirección, interacción social, interacción con el mundo, sostenibilidad y aprendizaje a lo largo de la vida. Este enfoque ha permitido una comprensión más detallada y estructurada de las competencias requeridas para el emprendimiento según la experiencia.

Por ejemplo, aquellas mujeres con años de experiencia tienden a poner un mayor énfasis en la adaptación a los cambios y a enfrentar a la incertidumbre, mientras que aquellas emprendedoras con más experiencia destacan la importancia de comunicar las ideas (véase Gráfico 16 en la página 277).

Al analizar la dimensión de autodirección, se observa un patrón interesante en relación con la experiencia emprendedora (véase Gráfico 17 en la página 278). Se puede observar que la competencia de perseverar en la tarea ha sido más valorada por aquellas mujeres con más experiencia, en comparación con aquellas que acaban de emprender. Las mujeres con más experiencia han reconocido la importancia de esta competencia a medida que han enfrentado diversos desafíos a lo largo de su trayectoria. Han aprendido a superar los obstáculos y esto les ha permitido alcanzar el éxito.

Gráfico 16. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Alfabetización

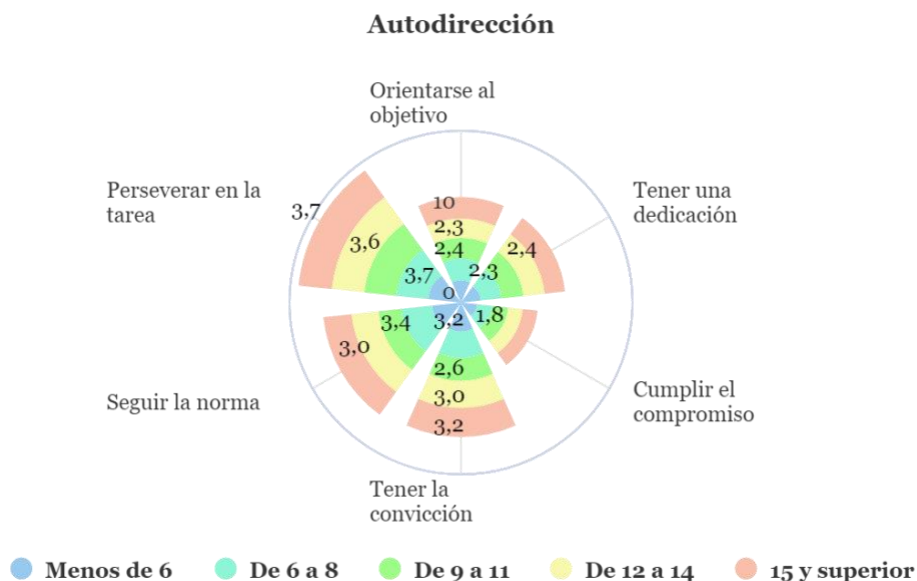


Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Un patrón similar se observa en la capacidad de tener la convicción. Se puede observar que aquellas con más experiencia tienden a estar más convencidas de lo que hacen en comparación con aquellas que tienen menos experiencia. Las mujeres con más experiencia en el emprendimiento han atravesado diversas situaciones y han adquirido conocimientos y habilidades que les ha permitido desarrollar una mayor confianza en sí mismas. Las mujeres con menos experiencia pueden estar en una etapa de exploración y aprendizaje, donde aún están forjando su identidad emprendedora y pueden experimentar cierta inseguridad. A medida que adquieren más experiencia es probable que ganen confianza en sí mismas y en sus habilidades, lo que fortalecerá su convicción en lo que hacen.

Por otro lado, la competencia de seguir la norma fue más valorada por mujeres emprendedoras con menos experiencia. Esta competencia se refiere a la capacidad de seguir las reglas y las normas sociales establecidas. Las mujeres emprendedoras con menos experiencia pueden valorar más esta competencia, ya que están en una etapa inicial de su trayectoria emprendedora y pueden estar más enfocadas en comprender y cumplir con las reglas establecidas. A medida que adquieren más experiencia y conocimiento del entorno, es posible que desarrollen una mayor confianza para desafiar las normas existentes y establecer nuevas prácticas que rompan con las normas establecidas.

Gráfico 17. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Autodirección

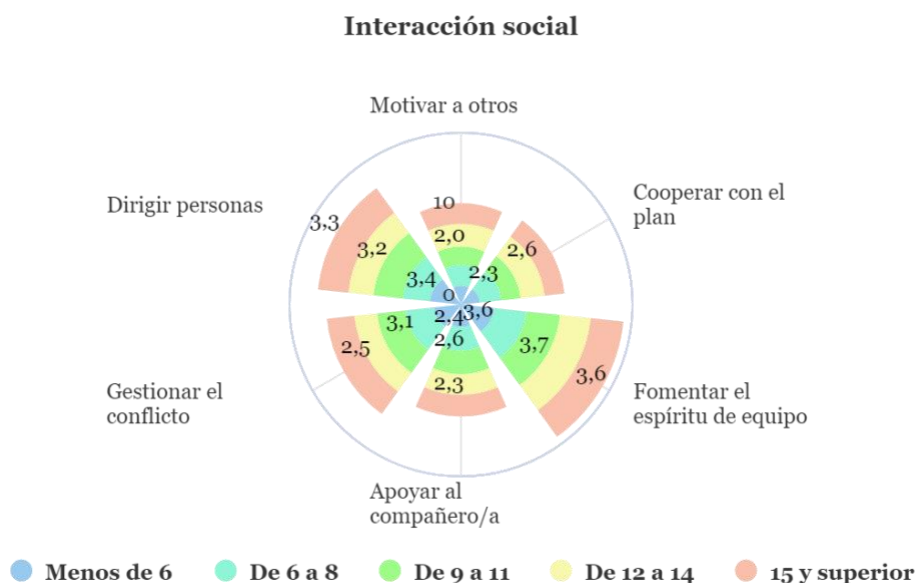


Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Dentro de la dimensión de interacción social, se observan diferencias significativas con relación a la capacidad de gestionar los conflictos entre mujeres emprendedoras con diferente experiencia (véase Gráfico 18 en la página 279). Aquellas que tienen más experiencia dicen tener una mayor capacidad para gestionar los conflictos en comparación con aquellas que acaban de emprender. Las mujeres con más experiencia han enfrentado gran variedad de desafíos y han tenido la oportunidad de desarrollar estrategias para gestionar los conflictos, aprendiendo a manejar situaciones difíciles y a buscar soluciones. Esto sugiere que la gestión de los conflictos es una competencia que parece fortalecerse con la experiencia. A medida que las mujeres enfrentan diferentes situaciones y desafíos, adquieren un conocimiento más profundo de cómo abordar y resolver conflictos de manera efectiva.

En contraste, en lo que respecta a las competencias de dirigir personas y fomentar el espíritu de equipo, no se observan diferencias significativas entre mujeres emprendedoras con más o menos experiencia. Ambos grupos valoraron de manera similar estas dos competencias. Esto sugiere que la capacidad para dirigir personas y fomentar el espíritu de equipo puede ser una competencia que se desarrolla y se valora de manera temprana en la trayectoria emprendedora, independientemente de la experiencia acumulada.

Gráfico 18. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Interacción Social

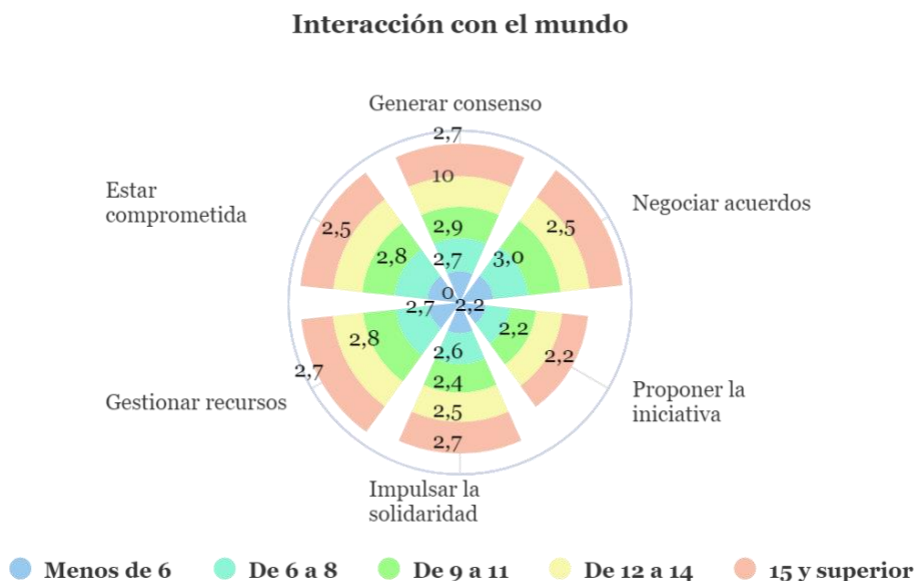


Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Dentro de la dimensión de interacción con el mundo, que abarca competencias como generar consenso, negociar acuerdos, estar comprometida, gestionar recursos, impulsar la solidaridad y proponer la iniciativa, no se observan diferencias significativas en función de la experiencia de las mujeres emprendedoras (véase Gráfico 19 en la página 280). Todas estas competencias fueron altamente valoradas para emprender, tanto por mujeres con más experiencia como por aquellas que están empezando su trayectoria emprendedora. Este hecho demuestra la universalidad de la importancia de estas competencias para emprender. Independientemente del nivel de experiencia, todas las mujeres emprendedoras reconocen y valoran la necesidad de desarrollar estas competencias para alcanzar el éxito en su emprendimiento.

Dentro de la dimensión que se refiere a la sostenibilidad, se ha observado que no existen diferencias significativas en las competencias agrupadas (véase Gráfico 20 en la página 281). Las participantes demostraron tener un nivel similar de competencia en promover la ecuanimidad, gestionar el cambio, buscar la sostenibilidad, tener la consideración y respetar los valores. Sin embargo, se han observado ligeras diferencias en la capacidad de identificar oportunidades. Aquellas que están en las primeras etapas de su trayectoria emprendedora muestran una mayor capacidad para identificar oportunidades. Esto puede deberse a su disposición para tomar riesgos.

Gráfico 19. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Interacción con el mundo



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Con relación a las competencias que se agrupan en la dimensión referida al aprendizaje a lo largo de la vida, se ha observado que no existen diferencias significativas entre las mujeres emprendedoras (véase Gráfico 21 en la página 281). Las competencias más valoradas, independientemente de su experiencia, fueron promover la innovación, tomar decisiones y promover la mejora continua.

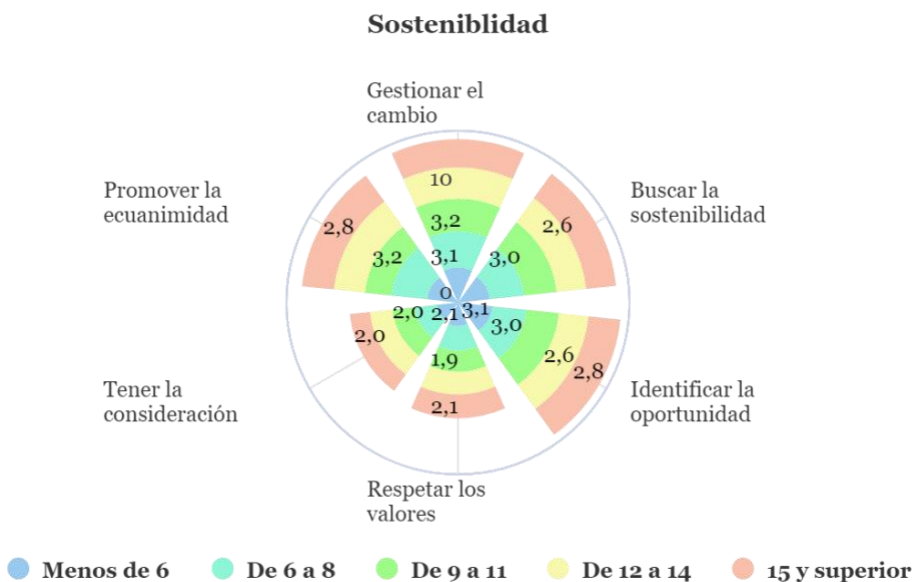
Es importante tener en cuenta que estos resultados se basan en las respuestas proporcionadas por las mujeres que han participado en esta fase del estudio y se aplican específicamente a este grupo en particular. Dicho esto, a través de este análisis, se establecerán las bases de la propuesta formativa para aquellas mujeres que deseen emprender, basada en lo que ha sido destacado por aquellas que han logrado establecerse en el mundo empresarial.

9 Necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural

En el contexto del emprendimiento en el medio rural, es primordial comprender las necesidades que presentan las mujeres emprendedoras. Para ello, en este apartado se presentan los resultados obtenidos atendiendo a las necesidades de las participantes, teniendo en cuenta aquellas que tienen cubiertas según la jerarquía de necesidades de Maslow (véase Gráfico 22 en la página 282).

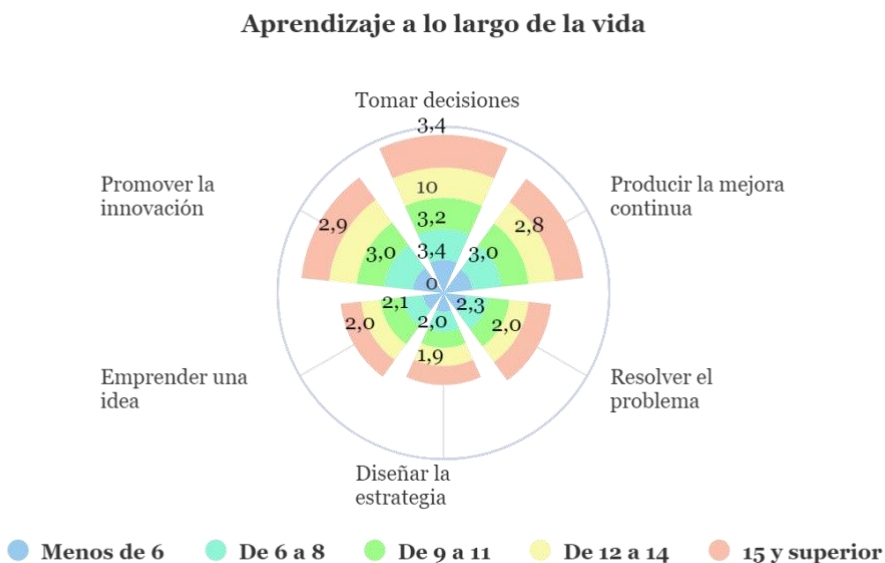
El 98% de las mujeres emprendedoras en el medio rural señalaron tener cubiertas sus necesidades fisiológicas básicas, como la alimentación, el agua potable y la vivienda. Estas necesidades se consideran satisfechas en prácticamente en todas las mujeres que han emprendido.

Gráfico 20. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Sostenibilidad



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

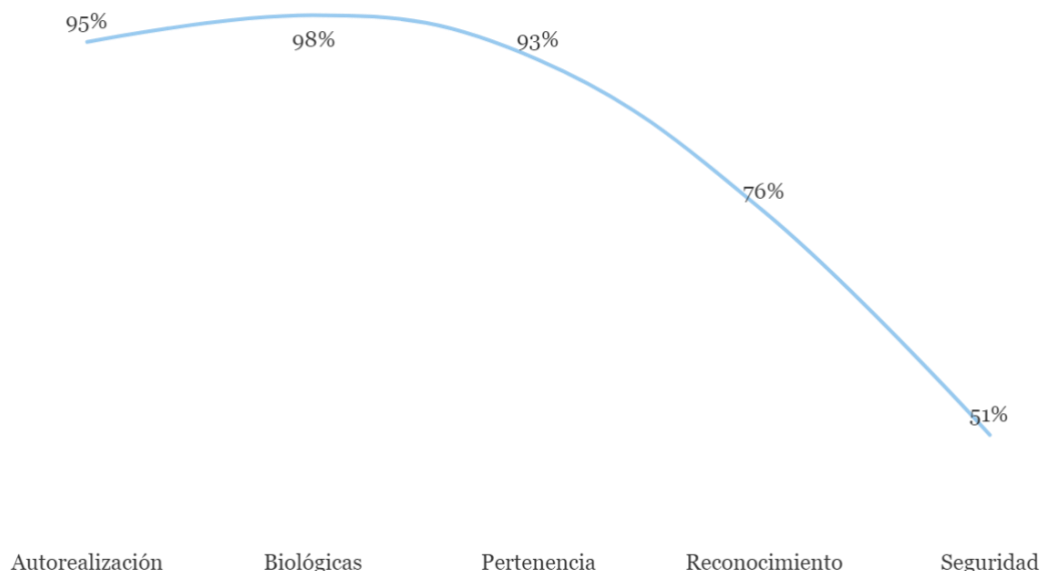
Gráfico 21. Competencias más desarrolladas en función de la experiencia emprendedora. Dimensión Aprendizaje a lo largo de la vida



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

El 95% de las participantes expresaron que sus necesidades de autorrealización están cubiertas.

Gráfico 22. Necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Se ha encontrado una diferencia significativa en relación con las necesidades de seguridad. Aproximadamente el 50% de las mujeres emprendedoras en el medio rural manifestaron preocupaciones en términos de seguridad personal y económica. Se identificó la falta de apoyo gubernamental, la escasez de infraestructuras adecuadas y la necesidad de contar con políticas y programas que les brinden protección legal y social como factores que afectan a su sensación de seguridad.

Además, se ha observado una relación significativa entre las necesidades de seguridad y reconocimiento en aquellas mujeres con menos de 6 años de experiencia como emprendedora (véase Tabla 44 en la página 283). Particularmente, este grupo mostró mayores necesidades en ambos aspectos. Estos hallazgos indican que las mujeres emprendedoras en etapas tempranas de su trayectoria pueden enfrentar desafíos adicionales en términos de seguridad personal y económica, así como en el reconocimiento y la valoración de su trabajo.

Tabla 44. Necesidades de las mujeres en el medio rural según la experiencia en el emprendimiento

Cruce: Necesidades / Años de experiencia en el emprendimiento

NECESIDADES	AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL EMPRENDIMIENTO					MEDIA
	MENOS DE 6	DE 6 A 8	DE 9 A 11	DE 12 A 14	15 Y SUPERIOR	
Seguridad	14%	27%	8%	12%	39%	13,5
Reconocimiento	33%	18%	12%	9%	28%	10,9
Pertenencia	39%	19%	10%	9%	24%	9,9
Biológicas	39%	21%	9%	7%	23%	9,7
Autorealización	40%	20%	8%	8%	23%	9,7

■ Elementos infrarrepresentados ■ Elementos sobrerrepresentados

*La relación es significativa. p-value= 0,0 ; Fisher= 2,8.
 Varianza inter= 151,6. Varianza intra= 53,8.*

Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®

Estos resultados proporcionan información valiosa para identificar las áreas de mejora y diseñar estrategias que promuevan el empoderamiento económico y social de las mujeres emprendedoras en el medio rural. Por tanto, al abordar estas necesidades de manera efectiva, se podrá potenciar su desarrollo emprendedor y contribuir al crecimiento de las áreas rurales.

10 Síntesis del capítulo

En este capítulo destinado a exponer los resultados de la fase cuantitativa, se ha explorado en profundidad diversos aspectos para trazar el perfil de las mujeres emprendedoras en el medio rural. Uno de los hallazgos más significativos es que no existe un único perfil que las defina. Más bien, cada mujer emprendedora en este contexto presenta características únicas que reflejan su personalidad, experiencia y contexto individual. Sin embargo, a pesar de esta diversidad, se han identificado ciertos rasgos comunes que tienden a caracterizar a las mujeres que emprenden en este entorno. Entre estos rasgos destacan la lealtad hacia el entorno rural, la perseverancia para superar los desafíos, la persistencia en la búsqueda de soluciones a obstáculos y la versatilidad para adaptarse a múltiples roles y responsabilidades. Estas cualidades se establecen como pilares fundamentales en la trayectoria de las mujeres emprendedoras rurales.

Otro aspecto destacado que surge de los resultados es que muchas mujeres emprendedoras en el medio rural tienen un origen urbano. A pesar de esto, tienen un fuerte compromiso con el desarrollo rural. Esta dualidad entre el origen urbano y la dedicación al medio rural añade una capa interesante a la complejidad de sus perfiles.

En cuanto a las motivaciones para emprender, encontramos una diversa variabilidad. Algunas mujeres emprenden siguiendo la tradición familiar en el sector. Otras emprenden con el

objetivo de alcanzar objetivos profesionales y aquellas que carecen de antecedentes de emprendimiento femenino en sus familias se destacan por ello.

Uno de los principales obstáculos identificados para emprender en el medio rural y, concretamente en el mundo del vino, son los trámites burocráticos. Este hallazgo será de suma importancia para diseñar la propuesta final.

Como se ha señalado antes, si bien cada mujer emprendedora es única, algunas competencias comunes que resaltan entre ellas son la capacidad de estar comprometidas con sus proyectos, de perseverar en las tareas, de cumplir con los compromisos y de fomentar el espíritu de equipo. Además, se ha observado que las competencias de estas mujeres tienden a evolucionar a lo largo de su experiencia en el emprendimiento. Las recién llegadas se centran más en la innovación, por ejemplo, mientras que las emprendedoras con más experiencia valoran la gestión eficiente de los recursos y la sostenibilidad a largo plazo.

Finalmente, es crucial resaltar que la mayoría de las mujeres emprendedoras en el medio rural no tienen garantizada la seguridad económica en el sector, dado su carácter altamente impredecible, lo que subraya la necesidad de medidas de apoyo y políticas que ayuden a mitigar esta inseguridad.

CAPÍTULO 10

Análisis integral de los datos cualitativos y cuantitativos

En este capítulo se lleva a cabo un proceso minucioso de síntesis y comparación de los resultados obtenidos en ambas etapas del estudio.

Recordemos que, en primer lugar, la fase cualitativa se ha basado en la realización de entrevistas biográficas para recopilar los relatos de vida de doce mujeres emprendedoras, para el posterior análisis de sus discursos. Por otro lado, se han recopilado datos cuantitativos a través de un cuestionario, los cuales se han sometido a un análisis estadístico que se ha presentado en el anterior capítulo.

En este momento de la investigación, denominado análisis integral de las fases del diseño convergente, la información que se muestra a continuación busca unir estas dos perspectivas, identificando convergencias y divergencias entre los datos cualitativos y cuantitativos. Esta

comparación permite tener una visión completa y enriquecedora de los resultados de la investigación, y ofrecerá una comprensión más profunda y holística del fenómeno estudiado.

1 Perfil de las mujeres emprendedoras

En el análisis integral de las fases del estudio, comenzamos por establecer los diferentes perfiles existentes de mujer emprendedora en el sector vitivinícola de Castilla y León, teniendo en cuenta la edad, el lugar de nacimiento, el nivel formativo y los rasgos de personalidad de estas.

a) Edad

En el transcurso de la investigación, se ha llevado a cabo un análisis de la edad de las mujeres emprendedoras que han participado en el estudio. Los resultados obtenidos, tanto a través de la fase cuantitativa como de la fase cualitativa, han revelado una amplia diversidad en cuanto a la edad de las participantes (véase Tabla 45).

Tabla 45. Edad de las mujeres participantes. Comparación de resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa

	Fase cuantitativa	Fase cualitativa	TOTAL
Menos de 36 años	23	5	28
Entre 36 y 47 años	43	3	46
Más de 47	25	4	29

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

Estos datos revelan que las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola abarcan un amplio rango de edades, desde jóvenes emprendedoras que apenas están comenzando su trayectoria empresarial hasta mujeres con mucha experiencia en el mundo del emprendimiento. Además, durante el análisis de la fase cualitativa, se ha podido observar que la diversidad de edades se traduce en una variación significativa en los desafíos y competencias de las mujeres emprendedoras. Las más jóvenes compartieron su entusiasmo por explorar nuevas oportunidades en el sector y su deseo de hacer un impacto en sus comunidades rurales, mientras que las emprendedoras con más edad, y por ende más experiencia, destacaron la adaptación a los cambios en el mercado y la búsqueda de innovación constante.

Esta variabilidad en la edad de las participantes es un factor muy importante en el estudio que lo valida y enriquece, permitiéndonos analizar cómo diferentes generaciones de mujeres abordan el emprendimiento en la actualidad.

b) Lugar de nacimiento

Otro factor importante para trazar el perfil de las mujeres emprendedoras en el medio rural es su lugar de nacimiento, es decir, si provienen de un entorno rural o urbano. Los resultados obtenidos a lo largo de las dos fases de este estudio revelan que la mayoría de las mujeres

participantes tienen un origen urbano, es decir, nacieron en zonas urbanas y probablemente se criaron en ese entorno antes de tomar la decisión de emprender en el medio rural (véase Tabla 46)

Tabla 46. Lugar de nacimiento de las mujeres emprendedoras participantes. Comparación de los resultados obtenidos en la fase cuantitativa y cualitativa

	Fase cuantitativa	Fase cualitativa
Origen rural	34%	42%
Origen urbano	66%	58%

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

Este hallazgo es especialmente significativo, ya que cuestiona las ideas previas que existen sobre el emprendimiento en áreas rurales. Generalmente, las mujeres que provienen de zonas urbanas y se han criado en ese entorno tienen perspectivas y vivencias diferentes en comparación con aquellas que han crecido en entornos rurales. La elección de estas mujeres de emprender en el medio rural demuestra una nueva dinámica interesante que convierte al medio rural en un lugar atractivo como destino para emprender en busca de nuevas oportunidades y un cambio de vida significativo, así como una mayor diversidad de experiencias y perspectivas que enriquecen la comunidad rural.

c) Rasgos de personalidad

En cuanto a los rasgos de personalidad que definen a las mujeres emprendedoras, se ha notado que la fase cualitativa ha revelado una mayor cantidad de rasgos en comparación con la fase cuantitativa. Esto es comprensible, ya que las entrevistas nos permiten una exploración más profunda en contraste con las respuestas limitadas proporcionadas en los cuestionarios. En la Tabla 47 se han enumerado los rasgos de personalidad que más han sido valorados en ambas fases del estudio, destacando aquellos que coinciden en ambas etapas.

Tabla 47. Rasgos de personalidad de las mujeres participantes. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa

Rasgos de personalidad	Fase cuantitativa	Fase cualitativa	Coincidencias
Creatividad	No	Si	No
Resiliencia	Si	Si	Si
Lealtad	Si	Si	Si
Persistencia	Si	Si	Si
Perspectiva de futuro	Si	Si	Si
Perseverancia	Si	Si	Si
Observación	No	Si	No
Iniciativa	Si	Si	Si
Pensamiento crítico	Si	Si	Si
Imaginación	No	Si	No
Versatilidad	Si	Si	Si
Optimismo	Si	Si	Si
Liderazgo	No	Si	No

Rasgos de personalidad	Fase cuantitativa	Fase cualitativa	Coincidencias
Empatía	No	Si	No
Compromiso	No	Si	No
Autoconocimiento	No	Si	No
Naturalidad	No	Si	No
Voluntad	No	Si	No
Cooperación	No	Si	No
Aceptación	No	Si	No
Responsabilidad	No	Si	No
Entusiasmo	No	Si	No
Comprensión	No	Si	No
Sentido común	No	Si	No
Adaptabilidad	No	Si	No
Resistencia	No	Si	No
Paciencia	No	Si	No
Elocuencia	No	Si	No
Negociación	No	Si	No

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

Los resultados nos muestran que las cualidades que destacan como características y valoradas en el contexto del emprendimiento femenino son: la resiliencia, la lealtad, la persistencia, la perspectiva de futuro, la perseverancia, la iniciativa, el pensamiento crítico, la versatilidad y el optimismo. Es importante subrayar que, si bien estos rasgos son valorados en el emprendimiento, cada mujer es única y posee su propia combinación de características que contribuyen a su éxito empresarial. La diversidad de cada persona enriquece el emprendimiento femenino, ofreciendo perspectivas únicas en la manera que cada mujer se enfrenta a su proceso emprendedor.

2 Relevancia de la formación formal, no formal e informal para emprender

Para comprender la relevancia de la formación en el contexto del emprendimiento, nos centraremos en la educación formal, no formal e informal y su impacto en la capacidad de emprender.

Comenzaremos por interpretar los resultados de la educación formal. En la Tabla 48 de la página 290 se pueden observar los resultados obtenidos en la fase cuantitativa de la investigación. Se observa un porcentaje significativamente alto de mujeres que poseen formación superior universitaria, seguida de formación profesional o bachillerato, lo que indica que el perfil predominante de la mujer emprendedora en este sector está caracterizado por un nivel de educación superior. Esto subraya la importancia de la formación académica en el emprendimiento dentro del sector vitivinícola

Tabla 48. Relevancia de la educación formal, no formal e informal. Resultados obtenidos en la fase cuantitativa

Educación formal	Formación superior	49%
	FP o Bachillerato	35%
	ESO	12%
	Primaria	3%
	Sin estudios	1%
Educación no formal		66%
Educación informal		95%

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

La Tabla 49 muestra los resultados de la fase cualitativa de la investigación. En ella encontramos un alto porcentaje de mujeres que poseen formación universitaria relacionada con el vino. Sin embargo, también es importante destacar que hay casos en los que la formación de las emprendedoras no está relacionada con el sector. Esto indica que, si bien la formación relacionada con el vino puede ser una ventaja, no es un requisito para emprender en el sector vitivinícola. La diversidad de antecedentes y la combinación de competencias, junto con la pasión y otros rasgos son factores esenciales para el emprendimiento.

Tabla 49. Relevancia de la educación formal, no formal e informal. Resultados obtenidos en la fase cualitativa

Participante	Educación formal	Educación no formal	Educación informal
Alba	Formación universitaria relacionada con el vino	No	Si
Olga	Formación universitaria relacionada con el vino	No	Si
Teresa	Formación universitaria relacionada con el vino	Si	Si
Yara	Formación universitaria diferente	Si	Si
Esther	Formación universitaria diferente	Si	Si
Victoria	Formación universitaria relacionada con el vino	Si	Si
Liliana	Formación universitaria relacionada con el vino	Si	Si
Belén	Primaria	No	Si
Isabel	FP	Si	Si
Paulina	Formación universitaria relacionada con el vino	No	Si
Marta	Formación universitaria diferente	No	Si
Raquel	Primaria	No	Si
%	75% tienen formación superior	50%	100%

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

En cuanto a la educación no formal, en ambas fases se observa un alto porcentaje de mujeres que han completado cursos específicos para emprender, representando un 66% en la fase cuantitativa y un 50% en la fase cualitativa. Esto demuestra que muchas emprendedoras reconocen la importancia de realizar cursos y capacitaciones como una preparación óptima para emprender,

lo que sugiere un compromiso por su parte en adquirir competencias y conocimientos nuevos para lograr el éxito en sus negocios.

Por último, la educación informal resulta un elemento de gran importancia para las mujeres emprendedoras en ambas fases de la investigación. El 95% en la fase cuantitativa y el 100% en la fase cualitativa indicaron que adquieren conocimientos de manera constante en su vida cotidiana. Esto indica que estas mujeres valoran los aprendizajes adquiridos a través de sus experiencias diarias, lo que convierte a la educación informal en un componente fundamental de su formación y capacitación para emprender en el sector vitivinícola.

3 Motivaciones que llevan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola

En la integración de los resultados de ambas fases, se destaca que las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola encuentran su motivación principal en la búsqueda de objetivos profesionales, su profunda pasión por el mundo del vino y, en algunos casos, la conexión con la tradición familiar (véase Tabla 50 y Tabla 51).

Tabla 50. Motivaciones que llevan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola. Resultados obtenidos en la fase cuantitativa

Participantes	Conseguir objetivos profesionales	Pasión por el sector	Tradición familiar	Poner en práctica sus habilidades	Desarrollar una actividad no tradicional	Otros
100 mujeres	63%	54%	53%	19%	12%	6%

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

La diferencia entre los datos cualitativos y cuantitativos en lo que respecta a la motivación de “conseguir objetivos profesionales” (63% en la fase cuantitativa y 33% en la fase cualitativa) puede deberse a la diversidad de las muestras y la profundización en las entrevistas en profundidad de la fase cualitativa. Las entrevistas tienden a explorar en detalle las motivaciones detrás de las respuestas, lo que puede haber permitido a algunas mujeres revelar motivaciones más profundas que no se recogen en un cuestionario estandarizado. Esto puede llevar a una representación más equilibrada de las motivaciones en la fase cualitativa.

Tabla 51. Motivaciones que llevan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola. Resultados obtenidos en la fase cualitativa

Participante	Conseguir objetivos profesionales	Pasión por el sector	Tradición familiar	Poner en práctica sus habilidades	Desarrollar una actividad no tradicional	Otros
Alba	x		x			
Olga	x	x				
Teresa	x	x	x			

Participante	Conseguir objetivos profesionales	Pasión por el sector	Tradición familiar	Poner en práctica sus habilidades	Desarrollar una actividad no tradicional	Otros
Yara		x	x			
Esther			x			x
Victoria		x				
Liliana	x	x				x
Belén				x		x
Isabel			x			
Paulina		x	x			
Marta			x			
Raquel				x		
%	33%	50%	58%	17%	0%	25%

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

4 La herencia empresarial femenina y su influencia en las mujeres emprendedoras

Tras integrar los resultados de las dos fases del estudio, se ha revelado un hallazgo importante: la gran mayoría de mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola no cuenta con antecedentes de emprendimiento femenino en sus familias. En la parte cualitativa, un 83% de las mujeres no tienen antecedentes familiares de emprendimiento, en comparación con un 17% que sí los tienen. Los resultados cuantitativos refuerzan esta tendencia, con un 57% de mujeres que carecen de esta experiencia previa en la familia, en contraposición al 43% que sí posee antecedentes de emprendimiento femenino.

Este panorama puede ser debido a diversos factores:

- Transformación cultural a lo largo de las generaciones: a medida que las generaciones han avanzado, las expectativas tradicionales de género han evolucionado. Esto ha permitido que más mujeres se decidan a emprender sin depender de antecedentes familiares en este ámbito, simplemente por pasión o para conseguir sus objetivos profesionales como se ha demostrado en apartados anteriores. Se refleja así un cambio cultural hacia la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer.
- Acceso a la educación: El acceso a la educación ha mejorado para las mujeres y ha reducido la necesidad de depender de antecedentes familiares en el emprendimiento, abriendo nuevas oportunidades para las mujeres emprendedoras.
- Inspiración externa a la familia: las mujeres emprendedoras pueden encontrar inspiración en modelos ajenos a su familia, como mentoras, líderes de otras empresas reconocidas u otros casos de éxito.

- Avances en la superación de barreras de género: a pesar de los desafíos que aún existen para las mujeres en el mundo empresarial, muchas están superando estas barreras, algo que se demuestra a lo largo de este estudio.

5 Apoyos clave para las mujeres emprendedoras en zonas rurales

En el análisis de los resultados obtenidos en las dos fases de la investigación se observan similitudes significativas en los apoyos clave que las mujeres han tenido durante su proceso emprendedor en el medio rural. Sin embargo, se observa una disminución notable en los apoyos relacionados con el asesoramiento y el apoyo económico (véase Tabla 52).

Tabla 52. Apoyos clave de las mujeres emprendedoras en el medio rural. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa

	Emocional	Formativo	Asesoramiento	Económico	Asociación de mujeres	Otro
Fase cuantitativa	93%	63%	57%	75%	-	2%
Fase cualitativa	83%	50%	33%	33%	42%	-

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

Esta discrepancia en la percepción de apoyo en asesoramiento y apoyo económico entre las mujeres que han participado en la fase cualitativa y aquellas que han respondido al cuestionario de la fase cuantitativa, puede deberse a varias razones. Por un lado, las entrevistas en profundidad y la narración de sus historias de vida permiten expresar sus experiencias de manera más detallada que un cuestionario estructurado. Es posible que, al profundizar en sus historias, las mujeres hayan reflexionado más sobre los desafíos que han enfrentado en términos de asesoramiento y apoyo económico, lo que les ha hecho percibir la situación más negativa desde ese punto de vista. Por otro lado, la diferencia que hay en la muestra participante entre las dos fases es significativa, lo que ha podido llevar a diferentes respuestas.

Por otro lado, es importante destacar que la categoría de apoyo proporcionado por una asociación de mujeres no pudo ser analizada en la fase cuantitativa debido a que se trata de una categoría emergente que surgió durante el análisis de los datos cualitativos. Esto subraya la importancia de la fase cualitativa para identificar aspectos que pueden no haber sido considerados inicialmente en la fase cuantitativa y resalta la necesidad de adaptar los enfoques de investigación a medida que surgen nuevas perspectivas y datos durante el proceso.

6 Obstáculos enfrentados por las mujeres en el proceso emprendedor

El proceso emprendedor es un camino lleno de obstáculos y desafíos, y las mujeres, a pesar de tener buenas competencias para ello, se enfrentan a una serie de barreras únicas que en ocasiones dificultan su camino hacia el éxito. Como observamos en la Tabla 53, basándonos en los resultados tanto de la fase cuantitativa como cualitativa, el desafío más prominente es la constante carga de trámites burocráticos que han de realizar en la administración. Este desafío se manifiesta en todas las etapas de su emprendimiento, desde la creación inicial del negocio hasta su funcionamiento en el día a día. Según las participantes de las dos fases del estudio, las exigencias administrativas resultan abrumadoras y consumen una cantidad significativa de tiempo y recursos, lo que limita su capacidad para enfocarse en el crecimiento de sus negocios.

Tabla 53. Desafíos enfrentados por las mujeres en el proceso emprendedor. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa

Desafíos	Fase cuantitativa	Fase cualitativa
Trámites burocráticos	92%	100%
Financiación	64%	25%
Conciliación familiar	33%	8%
Búsqueda de un equipo adecuado	31%	8%
Viabilidad del proyecto	8%	8%
Desigualdad de género	-	42%
Falta de formación específica	-	17%
Otros	5%	-

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

Otro de los desafíos enfrentados por las mujeres del estudio es la dificultad para acceder a recursos financieros. Este desafío es más pronunciadamente observable en la fase cuantitativa, quizás debido a la diferencia existente entre las muestras de ambas etapas.

Por otro lado, en la fase cualitativa surgieron dos categorías emergentes de desafíos adicionales. En primer lugar, la desigualdad de género en el sector vitivinícola sigue siendo una preocupación fundamental en la actualidad. Las mujeres en ocasiones se enfrentan a prejuicios y estereotipos arraigados que pueden dificultar su capacidad para crear relaciones comerciales, conseguir clientes y socios y acceder a oportunidades de negocio. En segundo lugar, la falta de formación específica también es un desafío clave. Según las participantes, muchas mujeres que deciden emprender carecen de conocimientos en áreas como la gestión administrativa. Esta carencia de formación puede obstaculizar su capacidad para administrar eficazmente su negocio.

Finalmente, otros desafíos menos valorados por las participantes en el proceso emprendedor son la conciliación familiar, particularmente relevante para aquellas que tienen hijos, la búsqueda de un

equipo adecuado y la viabilidad del proyecto que tienen en mente para emprender. En relación con esto último, una de las participantes de la fase cualitativa, indicó que muchas emprendedoras pasan por alto este desafío debido a su entusiasmo inicial, lo que puede llevar a problemas más adelante si no se realiza una evaluación exhaustiva de la viabilidad del proyecto desde el principio. Estos desafíos, aunque menos evidentes, pueden ser igualmente significativos en el proceso emprendedor de las mujeres. Reconocerlos y abordarlos de manera efectiva es fundamental para garantizar el éxito de sus emprendimientos.

7 Habilidades clave de las mujeres emprendedoras

Una observación reveladora que ha surgido en las dos fases del estudio es la importancia de las habilidades y talentos que las mujeres emprendedoras han desarrollado a lo largo de sus vidas. Estas habilidades no solo han sido fundamentales para su desarrollo personal, sino que también han sido un recurso valioso al tomar la decisión de emprender. Las habilidades más destacadas que han surgido en el análisis integral son las naturalistas, las colaborativas, las interpersonales y las emocionales (véase Tabla 54).

Tabla 54. Habilidades clave de las mujeres emprendedoras. Comparación de los resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa

Habilidades	Fase cualitativa	Fase cuantitativa
Lingüísticas	3,8	3,8
Lógico-matemáticas	3,5	3,9
Interpersonales	4	4,4
Creativas	3,6	3,8
Musicales	2,7	3
Colaborativas	4,4	4,3
Existenciales	2	2,8
Corporales	3,5	3,7
Intrapersonales	3,8	3,8
Emocionales	4	3,9
Espaciales	3,6	3,7
Naturalistas	4,6	4,5

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

En el contexto del sector vitivinícola, es lógico que las habilidades naturalistas sean especialmente relevantes. Las mujeres participantes han demostrado un profundo conocimiento y valoración por el entorno natural, lo que les permite comprender las particularidades de los viñedos. Su capacidad para observar y adaptarse a las condiciones del terreno, el clima y las variedades de la uva entran en juego dentro de esta habilidad. Poseer habilidades naturalistas les

ofrece una ventaja competitiva al tomar decisiones sobre la gestión del viñedo y la producción del vino.

Con respecto a las habilidades colaborativas, muchas de las participantes del estudio han destacado su participación en actividades de voluntariado y colaboración en asociaciones comunitarias. Estas experiencias les han podido proporcionar habilidades beneficiosas para la construcción de relaciones dentro del sector vitivinícola con otras personas dedicadas al sector, distribuidores, proveedores u organizaciones agrícolas.

Acerca de las habilidades emocionales, todas las mujeres emprendedoras en el mundo del vino manifiestan la pasión que sienten por su trabajo. Esta pasión va más allá del simple interés económico y se traduce en un compromiso profundo en lo que hacen. Esta pasión y conexión emocional con su negocio también les permite inspirar a otros y construir relaciones sólidas con clientes y compañeros.

Además de las habilidades anteriormente mencionadas, el desarrollo de las interpersonales y sociales también es fundamental para las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola. Este sector es conocido por sus redes de relaciones, incluyendo socios comerciales, distribuidores, clientes y catas de degustación. Las habilidades interpersonales son esenciales para lograr el éxito en este ambiente. Además, también juegan un papel importante en la comercialización y la promoción de los vinos. Este tipo de habilidades fortalecen la posición de las mujeres emprendedoras y las participantes de esta investigación han demostrado poseerlas.

Finalmente, es importante destacar que todas las habilidades, independientemente de su valoración en el estudio, desempeñan un papel significativo en el éxito de las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola. El reconocimiento y la potenciación de cada habilidad o talento individual ha contribuido de alguna manera al desarrollo de sus emprendimientos y la diversidad que aportan les enriquece y les permite abordar los desafíos que se encuentran en su proceso.

8 Competencias impulsoras del emprendimiento

El análisis integral de las dos fases de la investigación revela un panorama interesante con relación a las competencias identificadas en ambas etapas. Principalmente, es importante destacar que la mayoría de estas competencias coinciden en ambos resultados, lo que sugiere una consistencia en las capacidades necesarias para el emprendimiento en el mundo del vino. Esto indica que estas competencias son fundamentales y ampliamente reconocidas por las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola. Estas competencias incluyen la capacidad de enfrentar la incertidumbre, de

orientarse al objetivo, de perseverar en la tarea, de fomentar el espíritu de equipo, de apoyar al compañero/a, de dirigir personas, de proponer la iniciativa, de estar comprometida, de identificar la oportunidad, de tomar decisiones, de diseñar estrategias y de favorecer la innovación.

Sin embargo, es igualmente interesante el hallazgo de que algunas competencias difieren entre las dos fases. En particular, la de adaptarse al cambio, de comunicar las ideas, de buscar la sostenibilidad, de diseñar estrategias y favorecer la innovación han aparecido como novedosas en la fase cualitativa y no en la cuantitativa. Esto puede deberse a que la fase cualitativa implica entrevistar a las participantes en profundidad, lo que permite explorar en detalle sus experiencias y perspectivas. En estas conversaciones abiertas, las mujeres han podido mencionar aspectos que son relevantes y que no necesariamente se presentan en una lista definida como ocurre en los cuestionarios. Además, de algunas competencias puede variar su importancia dependiendo de las circunstancias o del contexto. Por ejemplo, en algunas situaciones, adaptarse al cambio o comunicar la idea puede ser más crucial que en otras. Esto puede explicar por qué estas competencias pueden surgir de manera más prominente en la fase cualitativa, donde se exploran experiencias y situaciones específicas.

Lo mismo ocurre con las competencias de planificar la acción, tener la convicción y cumplir el compromiso halladas en la fase cuantitativa y no en la cualitativa. Es posible que estas competencias sean menos evidentes o mencionadas en las historias de vida de las mujeres emprendedoras durante la fase cualitativa. La fase cuantitativa, al recopilar datos de una muestra más amplia, podría haber identificado competencias que son importantes pero que no se mencionaron con la misma frecuencia en las entrevistas en profundidad.

En Tabla 55 que se presenta a continuación, se pueden observar las competencias identificadas en cada una de las fases de estudio, permitiendo una comparación más detallada entre ambas:

Tabla 55. Comparación de las competencias transversales para el emprendimiento identificadas en la fase cualitativa y cuantitativa

Competencias identificadas	Fase cualitativa	Fase cuantitativa
1. Enfrentar la incertidumbre	Si	Si
2. Adaptarse al cambio	Si	No
3. Comunicar la idea	Si	No
4. Orientarse al objetivo	Si	Si
5. Perseverar en la tarea	Si	Si
6. Fomentar el espíritu de equipo	Si	Si
7. Apoyar al compañero/a	Si	Si
8. Dirigir personas	Si	Si
9. Proponer la iniciativa	Si	Si
10. Estar comprometida	Si	Si

Competencias identificadas	Fase cualitativa	Fase cuantitativa
11. Buscar la sostenibilidad	Si	No
12. Identificar la oportunidad	Si	Si
13. Tomar decisiones	Si	Si
14. Diseñar estrategias	Si	No
15. Favorecer la innovación	Si	No
16. Cumplir el compromiso	No	Si
17. Planificar las acciones	No	Si
18. Tener la convicción	No	Si

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

9 Necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural

Por último, abordaremos las necesidades identificadas en las mujeres emprendedoras a partir de la comparación de los resultados obtenidos en las dos fases del estudio. Al analizar estos datos, se han detectado dos categorías principales de necesidades: las relacionadas con la pertenencia y aquellas vinculadas a la seguridad (véase Tabla 56).

Por un lado, las necesidades de pertenencia se destacan especialmente en la fase cualitativa del estudio, donde se observa que un 58% de las mujeres emprendedoras mencionaron aspectos relacionados con la pertenencia. Esto sugiere que muchas de ellas no se sienten completamente integradas en grupos o redes dentro de su sector. Esta falta de pertenencia puede manifestarse como una ausencia de apoyo emocional o la colaboración limitada con otros y otras empresarias del sector. Es esencial abordar estas necesidades para fortalecer la participación y la comunidad entre las mujeres emprendedoras en el medio rural.

Tabla 56. Necesidades cubiertas de las mujeres emprendedoras según la pirámide de Abraham Maslow. Comparación de resultados obtenidos en las fases cuantitativa y cualitativa

	Fase cualitativa	Fase cuantitativa
Autorrealización	100%	95%
Biológicas	100%	98%
Pertenencia	58%	93%
Reconocimiento	83%	76%
Seguridad	50%	51%

Fuente: elaboración propia a partir del análisis integral

Por otro lado, la presencia de necesidades en cuanto a la seguridad señala que muchas mujeres emprendedoras no se sienten seguras en términos financieros dentro del sector vitivinícola. Esto puede deberse a la imprevisibilidad del sector, donde factores como el clima o la incertidumbre del mercado pueden afectar significativamente sus ingresos. Por lo tanto, estas mujeres al carecer de una sensación de estabilidad económica pueden requerir apoyo en áreas como

la gestión de riesgos que conlleva emprender en el sector del vino y el acceso a fuentes de financiamiento sólidas.

10 Síntesis del capítulo

En este capítulo se ha llevado a cabo la integración de los resultados obtenidos tanto en la fase cualitativa como en la cuantitativa. Al analizar conjuntamente los datos recopilados, podemos identificar algunas diferencias y semejanzas, aunque es importante destacar que, en general, destaca la diversidad y singularidad de las mujeres emprendedoras en el medio rural.

Por un lado, se han observado algunas diferencias en los rasgos de personalidad y competencias de las participantes de ambas fases. Por ejemplo, en la fase cualitativa, se destacan competencias como la capacidad de adaptarse a los cambios, comunicar ideas, diseñar estrategias, fomentar la innovación, planificar acciones, etc. Estas diferencias pueden deberse a varias razones, como las diferencias en las muestras de cada fase o el enfoque más profundo y detallado de la fase cualitativa en comparación con la cuantitativa.

Por otro lado, en la fase cualitativa, se han identificado categorías emergentes relacionadas con los obstáculos que las mujeres emprendedoras enfrentan en el medio rural. Estos obstáculos incluyen la desigualdad de género y la falta de formación específica para emprender. Estos hallazgos sugieren que en la fase cualitativa se profundizó en aspectos más contextualizados y en las experiencias personales de las participantes, lo que permitió identificar desafíos adicionales que no han sido evidentes en la fase cuantitativa.

A pesar de las diferencias nombradas, es alentador destacar que, en términos generales, los datos recopilados en cada fase respaldan y refuerzan las conclusiones obtenidas en la otra. Esta convergencia en los resultados fortalece la validez del estudio y proporciona una imagen más completa y matizada de las mujeres emprendedoras en el contexto rural.

PARTE V
ETAPA FINAL DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 11

Discusión y conclusiones

Este último capítulo está dedicado a la discusión y conclusiones derivadas de los resultados de la investigación, centrándonos en el cumplimiento de los objetivos del estudio de manera estructurada y ordenada. En consecuencia, abordaremos estos objetivos de investigación siguiendo su secuencia, comenzando por dar respuesta a los objetivos específicos que han guiado el trabajo.

En primer lugar, se aborda la presencia de mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola, proporcionando datos concretos que nos permiten comprender la relevancia de su participación en este sector. A continuación, se procede a caracterizar en detalle los perfiles de estas mujeres emprendedoras, profundizando en aspectos como su formación, experiencia previa y motivaciones para emprender en la industria vitivinícola.

En una fase posterior, se exploran las razones que impulsan a las mujeres a emprender en el ámbito vitivinícola y se analizan las dificultades y desafíos que enfrentan en su camino hacia el

emprendimiento. Este análisis nos proporciona una comprensión más profunda de los obstáculos que enfrentan las emprendedoras en este contexto.

Continuando con la estructura, se comparan las competencias identificadas en las mujeres emprendedoras participantes en el estudio con los diferentes marcos de competencia emprendedora disponibles, con un enfoque especial en HERMES y EntreComp. Este análisis nos permite evaluar las competencias necesarias para emprender en el sector vitivinícola.

Posteriormente, se discuten las necesidades específicas de las mujeres emprendedoras en este contexto y se proponen estrategias necesarias para su capacitación y el fomento del emprendimiento femenino rural. Estas estrategias se basan en las conclusiones propuestas por las propias participantes y están diseñadas para apoyar de manera efectiva a aquellas que deseen emprender en el sector.

Finalmente, a partir de los resultados obtenidos, se diseña una propuesta final que responde al objetivo general de nuestra investigación. Esta propuesta se constituye como un paso esencial para contribuir al fortalecimiento del emprendimiento femenino en el medio rural, siendo creada por y para mujeres que habitan este contexto. La validez y pertinencia de esta propuesta se confirma mediante la realización de un grupo focal con expertas en emprendimiento.

1 La presencia de emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de Castilla y León

En el transcurso de la investigación sobre la presencia de mujeres emprendedoras en el mundo del vino de la región castellanoleonesa, se ha identificado un aspecto esencial que merece ser destacado. Inicialmente, delimitamos nuestro estudio con el objetivo de analizar el emprendimiento femenino y determinar cuántas mujeres habían emprendido en el ámbito bodeguero de la región. En este primer enfoque, pudimos identificar 140 mujeres emprendedoras que ejercen roles de gerentes en diversas bodegas, abarcando todas las D.O. analizadas.

Sin embargo, a medida que avanzamos en la investigación, participando en ferias, charlas y jornadas relacionadas con el sector vitivinícola, nos encontramos con una realidad reveladora. Se descubrió que un número significativo de mujeres se dedica exclusivamente al cultivo y cuidado de los viñedos, lo que constituye también una forma de emprendimiento en este sector. Aunque no habían sido inicialmente incluidas en el estudio, estas mujeres desempeñan un papel fundamental en la producción de vino de la región.

En consecuencia, se debe reconocer que, si bien las 140 mujeres que hemos identificado como titulares de bodegas son una cantidad considerable de emprendedoras en el sector, la realidad es aún más rica y diversa. Existen muchas más mujeres emprendedoras que no figuran como titulares de la explotación, así como aquellas que se enfocan exclusivamente en el cultivo y cuidado de los viñedos. Estas mujeres desempeñan un papel crucial en la cadena de valor vitivinícola y contribuyen también significativamente al desarrollo y sostenibilidad de las zonas rurales de Castilla y León.

Esta revelación acentúa la importancia de una perspectiva más amplia en la valoración del emprendimiento femenino en el sector vitivinícola. A medida que avanzamos en el apoyo a las emprendedoras en este ámbito, es esencial considerar a todas las mujeres que contribuyen de manera activa, ya sea a través de la gestión de bodegas o del cultivo de viñedos. Reconocer esta diversidad de roles fortalece nuestra comprensión y nos brinda la oportunidad de desarrollar estrategias inclusivas que fomenten el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de la región.

2 Caracterización de los perfiles de mujeres emprendedoras en el medio rural

El segundo objetivo específico del estudio se centra en caracterizar los diferentes perfiles de las mujeres emprendedoras en el medio rural. Para contextualizar estos hallazgos, es relevante destacar que los datos del Informe GEM sobre las emprendedoras rurales en España (2021-2022)

proporcionan una panorámica general de las mujeres emprendedoras en entornos rurales, generalmente situándolas en el rango de edad de 35 a 44 años. Nuestro estudio refleja una tendencia similar, con la mayoría de las participantes ubicadas en el grupo de edad de 36 a 47 años. Sin embargo, hemos observado un fenómeno interesante y alentador: la presencia significativa de mujeres jóvenes, menores de 36 años, que han decidido emprender en el sector vitivinícola. Este aumento en la participación de mujeres jóvenes como emprendedoras en el mundo del vino es un indicativo positivo que refleja dinamismo y renovación en el sector y que contribuye a su continuo crecimiento y desarrollo.

Además, en concordancia con los datos del Informe GEM, se ha encontrado que la mayoría de las mujeres emprendedoras de nuestro trabajo tienen estudios universitarios o formación profesional. De hecho, el 84% de nuestras participantes confirmaron tener ese nivel de formación. La gran parte de sus formaciones no están relacionadas con el sector vitivinícola, lo que demuestra que no es un requisito primordial para emprender en el mundo del vino, aunque sí recomendable. Esto refuerza la idea de que la educación, la formación y la capacitación desempeñan un papel fundamental en el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola.

Otro hallazgo significativo es que la mayoría de las mujeres participantes tienen un origen urbano, es decir, son mujeres que han vivido en dichos entornos y en un momento determinado de sus vidas, han tomado la decisión de trasladarse al medio rural para emprender en el mundo del vino. Este fenómeno revela una dinámica interesante en el emprendimiento femenino en el ámbito rural. La decisión de mujeres urbanas de mudarse al medio rural para emprender sugiere un interés creciente en la vida rural y una apreciación por las oportunidades que esta ofrece. Además, podría indicar un cambio en la percepción de la calidad de vida y las perspectivas profesionales en el medio rural.

En menor medida, nuestro estudio también ha identificado mujeres emprendedoras con un origen rural. Estas mujeres en su mayoría nacieron en pueblos, pero optaron por trasladarse a las ciudades para formarse. Sin embargo, regresaron a sus lugares de origen para continuar con la tradición familiar en el mundo del vino. Este patrón refleja la importancia de la herencia cultural y la transmisión de conocimientos en el sector vitivinícola y muestra como las mujeres están contribuyendo a mantener esta tradición viva.

Por último, otro aspecto fundamental que influye en la diversidad de perfiles de mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola son sus rasgos de personalidad. A lo largo de nuestra investigación, hemos identificado una serie de características que son especialmente señaladas entre estas mujeres emprendedoras y que desempeñan un papel clave en su éxito y desarrollo en el medio

rural. Entre estos rasgos de personalidad destacan la resiliencia, la lealtad, la perseverancia, la persistencia, la iniciativa, la perspectiva de futuro, el pensamiento crítico, la versatilidad y el optimismo.

Tabla 57. Perfiles de mujeres emprendedoras en el medio rural

Perfiles	Característica	Descripción
Perfiles según el origen	Origen urbano	Mudanza al medio rural – Formación previa en entornos urbanos – Interés en las oportunidades rurales – Aporta nuevas perspectivas al entorno rural
	Origen rural	Nacida en el medio rural – Formación en la ciudad – Regreso a su lugar de origen – Continuación de tradiciones familiares – Conexión arraigada con el pueblo
Perfiles según la edad	Joven emprendedora	Menor de 36 años – Abierta a nuevas oportunidades – Contribución a la renovación del sector – Potencial para la innovación
	Experiencia emprendedora	Mayor de 47 años – Posible experiencia previa en otros campos – Conocimiento profundo del sector vitivinícola
Perfiles según la formación	Formación superior	Estudios universitarios o Formación Profesional – No necesariamente relacionada con el sector vitivinícola – Base sólida de conocimientos y habilidades – Contribución al éxito empresarial
	Formación autodidacta	Adquisición de conocimientos a través de la experiencia y el aprendizaje autodidacta – Habilidad para aplicar conocimientos en su emprendimiento
Perfiles según la personalidad	Resiliente	Capacidad para superar desafíos – Adaptabilidad a entornos cambiantes – Enfrenta adversidades con determinación
	Leal	Fuerte vínculo con el lugar de origen – Apoyo a la comunidad – Compromiso con el desarrollo rural
	Perseverante y persistente	Determinación a largo plazo – Voluntad para lograr objetivos – Capacidad para superar obstáculos
	Iniciativa y perspectiva de futuro	Identificación de oportunidades – Visión estratégica para el crecimiento – Actitud proactiva en la toma de decisiones
	Pensamiento crítico	Evaluación de desafíos y soluciones – Toma de decisiones fundamentadas
	Versatilidad	Capacidad para desempeñar múltiples tareas – adaptación a diversas responsabilidades – flexibilidad en el medio rural
	Optimista	Actitud positiva – Resiliencia emocional – Motivación en momentos difíciles

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

Es importante destacar que los perfiles presentados en la Tabla 57 son aquellos mayormente identificados en el estudio. Sin embargo, es necesario reconocer que cada mujer emprendedora tiene una historia única, por lo que los perfiles presentados representan tendencias y características comunes, pero no abarcan todas las posibles variaciones y experiencias individuales.

3 Motivaciones que impulsan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola

A continuación, se presentan las conclusiones relacionadas con las motivaciones que impulsan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola. Acorde con las ideas de Montalvao et al. (2017), los resultados de nuestro estudio indican que la pasión es el motor que impulsa a las mujeres a emprender en este sector. Esta pasión está estrechamente ligada a la tradición familiar, ya que muchas de las mujeres han heredado esta pasión desde temprana edad y eligen seguir el legado de sus familias, demostrando un profundo compromiso con el desarrollo de su comunidad. Esto respalda también la idea de Mira Solves et al. (2021). Con relación a esto, Fernández Laviada et al. (2022), en el Informe GEM 2021-2022, señala que un 20% de las mujeres emprenden debido a la tradición familiar y, en el mundo del vino, este porcentaje aumenta debido a las razones mencionadas anteriormente.

También se observa que hay un gran número de mujeres que emprenden en el sector del vino sin tener ningún tipo de antecedente familiar, con el firme propósito de alcanzar sus objetivos profesionales. Es destacable que, a pesar de no contar con una tradición familiar, estas emprendedoras están dispuestas a renunciar a sus empleos tradicionales para perseguir sus sueños y dedicarse a lo que realmente aman. Además, se observa que muchas mujeres emprenden con el fin de sustentarse económicamente, sin embargo, nuestras participantes, si bien valoran la importancia de la estabilidad financiera, lo hacen principalmente para alcanzar metas profesionales y debido a la profunda pasión que sienten por el sector.

En cuanto a emprender con el objetivo de poder conciliar los asuntos familiares y profesionales, los resultados de investigación no coinciden con las ideas propuestas por Sabater Fernández (2018), pues no confirman que este sea un motivo predominante. La mayoría de las participantes emprendieron antes de convertirse en madres, y casi la totalidad de las mujeres jóvenes que han participado en el estudio aún no tienen descendencia.

4 Obstáculos encontrados por las mujeres para emprender en el medio rural

Las conclusiones de nuestro estudio correspondientes al objetivo tres sobre los obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras en el medio rural, específicamente en el sector vitivinícola, revelan un panorama revelador y preocupante. La mayoría de las participantes han compartido experiencias similares y preocupaciones fundamentales que convergen en tres obstáculos clave:

- a) Trámites burocráticos y complejidad documental: uno de los desafíos más significativos que las mujeres emprendedoras en este sector enfrentan es la carga de trámites burocráticos

y la abrumadora cantidad de documentación requerida durante todo el proceso emprendedor. La falta de conocimientos previos sobre estos procesos y la ausencia de orientación adecuada generan un obstáculo importante. La falta de información y recursos accesibles para simplificar estos procedimientos puede desanimar a las emprendedoras, incluso antes de comenzar.

- b) **Financiación inicial:** el segundo obstáculo destacado es la dificultad para acceder a una financiación para comenzar su proyecto. Establecer un negocio, especialmente en el sector vitivinícola que requiere inversiones significativas, puede ser un desafío considerable sin recursos financieros adecuados. Esta barrera afecta tanto a quienes estén comenzando a emprender como a aquellas que buscan aumentar el negocio.
- c) **Desigualdad de género y discriminación:** la tercera preocupación común se relaciona con la percepción de desigualdad de género y experiencias de discriminación. Muchas mujeres emprendedoras en el medio rural han enfrentado situaciones en las que se han sentido marginadas o desfavorecidas debido a su género. Es relevante destacar que las propias mujeres emprendedoras expresan que sienten la necesidad de demostrar que son igualmente capaces que los hombres, a pesar de que sus acciones y logros ya están demostrando su competencia. Esto subraya la ironía de la situación, ya que las mujeres en el sector vitivinícola y en el medio rural en general están demostrando constantemente su valía a través de sus emprendimientos y contribuciones.

Al comparar estos resultados con las barreras identificadas por la presidenta de FADEMUR, encontramos una importante superposición en determinados ámbitos. La burocracia, la financiación y la formación sobre el proceso emprendedor se destacan como desafíos comunes tanto para mujeres que están comenzando como para aquellas que ya han emprendido. Esto acentúa la necesidad urgente de abordar estos obstáculos a través de medidas concretas, como simplificar los trámites administrativos, orientarles para ello, mejorar el acceso a la financiación y proporcionar capacitación específica que permita a las mujeres emprendedoras superar estos obstáculos y prosperar en el medio rural en el que viven.

5 Comparación de las competencias identificadas en las mujeres participantes con el Marco Europeo de la Competencia Emprendedora (EntreComp)

Para poder llegar a la conclusión de cuáles son las competencias necesarias para emprender en el sector vitivinícola, teniendo en cuenta los referentes europeos, se ha llevado a cabo una comparación exhaustiva entre las competencias identificadas en la investigación y aquellas propuestas en el Marco Europeo de la Competencia Emprendedora (EntreComp) (véase Tabla 58

en la página 310). Esta evaluación se ha realizado acorde con el objetivo específico número cuatro del estudio con el fin de analizar las convergencias y divergencias entre las competencias emergentes en el contexto de nuestro estudio y las que se consideran fundamentales según los estándares europeos. Este análisis es fundamental para determinar si EntreComp es adecuado para representar las necesidades y competencias de las personas emprendedoras en el medio rural.

Para ello, se ha llevado a cabo una comparación exhaustiva entre las competencias identificadas y las competencias propuestas en EntreComp, junto con el modelo HERMES. Para facilitar el análisis, primero se ha establecido una equivalencia entre las competencias de EntreComp y HERMES. Luego, se ha procedido a comparar estas competencias con las identificadas en nuestro estudio, revelando una serie de hallazgos significativos.

Se han detectado varias competencias que coinciden entre las encontradas en nuestro estudio y las sugeridas en los marcos de EntreComp y HERMES. Estas competencias incluyen la capacidad de identificar oportunidades, fomentar la innovación, orientarse al objetivo, perseverar en las tareas, proponer la iniciativa, planificar acciones, enfrentar la incertidumbre, fomentar el espíritu de equipo y comunicar ideas de manera efectiva. También se han observado competencias que fueron detectadas en las mujeres participantes de nuestro estudio, pero no se encontraron en los marcos existentes. Estas competencias abarcan la capacidad de adaptarse a los cambios, liderar personas, mantener un alto grado de compromiso, buscar la sostenibilidad, tomar decisiones, diseñar estrategias y mantener una firme convicción en las metas emprendedoras.

Tabla 58. Equivalencia de las competencias de EntreComp y HERMES y aquellas identificadas en el estudio

EntreComp	Hermes	Resultados
Detección de oportunidades	Identificar la oportunidad	X
Creatividad	Favorecer la innovación	X
Visión de futuro	Emprender una idea	
Consideración de ideas	Orientarse al objetivo	X
Pensamiento ético y sostenible	Respetar los valores	
Autoconciencia y autoeficacia	Desarrollar la autonomía	
Motivación y perseverancia	Perseverar en la tarea	X
Movilizar recursos	Gestionar recursos	
Alfabetización financiera y económica	Gestionar el conocimiento	
Tomar la iniciativa	Proponer la iniciativa	X
Planificación y gestión	Planificar acciones	X
Hacer frente a la incertidumbre, ambigüedad y riesgo	Enfrentar la incertidumbre	X
Trabajar con otros	Fomentar el espíritu de equipo	X
Aprender de la experiencia	Producir la mejora continua	
Involucrar a otras personas	Comunicar la idea	X

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

Dado que estas competencias adicionales reflejan aspectos clave del emprendimiento en el contexto del medio rural, esta investigación concluye con una propuesta significativa: la creación de un nuevo marco de competencias emprendedoras específico para este entorno. Esta propuesta se alinea con los marcos mencionados previamente y con los hallazgos de la investigación, abarcando las competencias que se ilustran en la Figura 57.

Figura 57. Marco de competencias para emprender en el medio rural

<input type="radio"/>	Identificar la oportunidad
<input type="radio"/>	Favorecer la innovación
<input type="radio"/>	Orientarse al objetivo
<input type="radio"/>	Perseverar en la tarea
<input type="radio"/>	Proponer la iniciativa
<input type="radio"/>	Planificar acciones
<input type="radio"/>	Enfrentar la incertidumbre
<input type="radio"/>	Fomentar el espíritu de equipo
<input type="radio"/>	Comunicar la idea
<input type="radio"/>	Adaptarse al cambio
<input type="radio"/>	Dirigir personas
<input type="radio"/>	Estar comprometida
<input type="radio"/>	Buscar la sostenibilidad
<input type="radio"/>	Tomar decisiones
<input type="radio"/>	Diseñar estrategias
<input type="radio"/>	Tener la convicción

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

Es importante destacar que el hecho de que estas competencias se identifiquen como las más relevantes para la mayoría de las mujeres participantes en nuestro estudio no implica que otras competencias no sean necesarias o importantes para emprender. Cada emprendedora tiene un conjunto único de competencias y experiencias que influyen en su manera de actuar. Por lo tanto, es fundamental reconocer que esta propuesta representa una orientación general basada en las experiencias de las mujeres que han emprendido en el contexto rural, concretamente en el sector vitivinícola. Además, las competencias pueden variar si se considera otro sector económico. Cada industria tiene sus propias particularidades y demandas, lo que significa que las competencias necesarias para emprender y tener éxito pueden diferir.

En resumen, este nuevo marco de competencias emprendedoras se presenta como una guía útil que refleja las perspectivas y necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural, sin embargo, no pretende excluir otras competencias que pueden ser también necesarias en otros contextos y en diferentes personas que desean emprender. Cada persona es única y sus

competencias pueden variar, pero este marco proporciona una base sólida para comprender y promover el emprendimiento en el medio rural desde una perspectiva inclusiva y centrada en la experiencia de las mujeres que han emprendido en el sector vitivinícola.

6 La evolución de las necesidades de las mujeres emprendedoras en el medio rural

A continuación, se presentan las conclusiones de nuestra investigación acerca de las necesidades que se encuentran satisfechas para las mujeres emprendedoras en el medio rural. Esta parte del estudio fue motivada por la escasa presencia de referencias bibliográficas que aborden esta cuestión. La mayoría de las publicaciones existentes se centran en las dificultades y carencias que enfrentan las mujeres emprendedoras, sin abordar aquellas áreas en las que encuentran satisfacción o aspectos relacionados con su calidad de vida en su rol de emprendedoras. Es importante destacar que todas las necesidades previamente identificadas por Romans (2021) se han confirmado y han sido respaldadas por los hallazgos de esta investigación.

Sin embargo, nuestro enfoque se ha centrado en indagar tanto las necesidades que las mujeres emprendedoras tienen cubiertas como aquellas que no, en relación con la conocida “Pirámide de necesidades” de Abraham Maslow. Los hallazgos encontrados revelan que las mujeres que están comenzando su trayectoria emprendedora pueden encontrar obstáculos adicionales en lo que respecta a su seguridad personal y económica, así como en el reconocimiento y valoración de su trabajo. Conforme estas mujeres adquieren más experiencia en el mundo del emprendimiento, los resultados indican que reportan un aumento significativo en la satisfacción de sus necesidades. Esto sugiere que, a medida que avanzan en su camino emprendedor, pueden lograr una satisfacción más completa en áreas como la seguridad, el reconocimiento y la valoración de su trabajo.

Estos resultados son de gran importancia, ya que resaltan la importancia de apoyar y empoderar a las mujeres emprendedoras en las etapas iniciales para satisfacer las necesidades encontradas en esta etapa y fomentar un entorno propicio para su desarrollo y crecimiento continuo. Por ello, se plantea el diseño de estrategias diferenciadas en función de la experiencia y el tiempo de dedicación al emprendimiento de las mujeres en el medio rural.

Esta investigación ha arrojado luz sobre un aspecto poco explorado de la experiencia de las mujeres emprendedoras en el medio rural, revelando la evolución de sus necesidades a lo largo de su trayectoria emprendedora. Es importante tener en cuenta esta relación y dirigir esfuerzos para apoyar a estas emprendedoras principiantes. Proporcionarles un entorno seguro y estable, así como

fomentar la visibilidad y valoración de sus logros, puede tener un impacto significativo en su desarrollo y éxito a largo plazo.

Para fomentar la visibilidad y la valoración de sus logros, es esencial que las mujeres participen activamente en foros de emprendimiento, mesas redondas y otras actividades diseñadas con este fin. Asimismo, se deben implementar programas de capacitación adaptados a las necesidades particulares de este grupo para brindarles las herramientas y el apoyo necesarios para superar obstáculos y alcanzar su pleno potencial. Estas propuestas se detallarán en la propuesta final de este trabajo, con el objetivo de fortalecer aún más el papel de las mujeres emprendedoras en el medio rural.

7 Las estrategias necesarias para la capacitación y el fomento del emprendimiento femenino en el medio rural

Tras examinar detenidamente las conclusiones anteriores y tener en cuenta las necesidades particulares de las mujeres emprendedoras en entornos rurales, se llega a la conclusión de que impulsar el emprendimiento en este contexto requiere la implementación de una serie de estrategias fundamentales:

- 1) La concienciación y el empoderamiento de las mujeres rurales son los cimientos para el emprendimiento femenino en el medio rural. Las estrategias deben enfocarse en concienciar a las mujeres que viven en el medio rural sobre sus capacidades emprendedoras y brindarles la confianza y el asesoramiento necesario para tomar iniciativas.
- 2) El asesoramiento sobre la burocracia necesaria para emprender, ya que emprender implica enfrentar una serie de trámites burocráticos. Las mujeres deben recibir asesoramiento y orientación sobre los procedimientos administrativos y legales necesarios para establecer y gestionar un negocio en el medio rural. Además, se pueden ofrecer cursos, guías y talleres para ayudar a las emprendedoras a enfrentar los obstáculos burocráticos y a minimizar la carga administrativa.
- 3) El acceso a recursos financieros, facilitando el acceso a recursos financieros en las primeras etapas del emprendimiento es fundamental. Esto incluye la accesibilidad a microcréditos, subvenciones y otras fuentes de financiamiento que se adapten a las necesidades de las emprendedoras rurales, partiendo de la base de que muchas de ellas comienzan sin nada más que su ilusión y pasión por lo que hacen. Otra estrategia sería establecer alianzas con instituciones financieras locales y gubernamentales para facilitar el acceso a créditos con tasas de interés asequibles.

- 4) La creación de redes de apoyo entre mujeres emprendedoras, estableciéndolas a nivel local y regional para que se inspiren de unas a otras. Para ello, se deben fomentar la creación de grupos de mujeres donde puedan compartir experiencias, conocimientos y recursos, así como organizar eventos y conferencias que reúnan a mujeres emprendedoras exitosas que sirvan como modelos a seguir.
- 5) La evaluación continua y la medición de impacto son dos elementos cruciales para combatir la desigualdad de género y demostrar, una vez más, el éxito de las mujeres emprendedoras. Esto ayuda a dar visibilidad a sus logros y a respaldar la igualdad de oportunidades. Para ello, se pueden implementar sistemas de seguimiento y evaluación que permitan medir el impacto de las estrategias de emprendimiento en términos de igualdad de género y éxito empresarial. Estos datos y estadísticas se pueden utilizar para destacar los logros de las mujeres emprendedoras y abogar por políticas y apoyos adicionales.
- 6) La capacitación debe ser diseñada de manera personalizada, adaptada a las diversas necesidades y perfiles de las mujeres emprendedoras. Los resultados finales de esta investigación resaltan la importancia de reconocer que no es necesario tener estudios superiores para emprender, especialmente en el sector vitivinícola. Además, subrayan que la capacitación y la formación adecuadas, diseñadas de acuerdo con las necesidades identificadas por las propias mujeres emprendedoras, son herramientas fundamentales para superar los obstáculos y alcanzar el éxito emprendedor en el medio rural.

Como conclusión, es importante destacar que algunas de las estrategias identificadas dependen en gran medida de la acción gubernamental y las políticas de apoyo que se establezcan para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural. Aunque haya estrategias como el acceso a recursos financieros o la simplificación de los trámites burocráticos, que dependan de las políticas gubernamentales, esta tesis doctoral se enfoca en tomar medidas concretas dentro de nuestras posibilidades.

En este sentido, se han identificado áreas donde podemos actuar. Entre ellas, destacamos la elaboración de una propuesta de formación que se ha co-diseñado tomando como referencia las necesidades y sugerencias expresadas por las mujeres emprendedoras. Esta propuesta se ha basado en la recopilación de las voces y experiencias de las propias mujeres, incorporando contenidos relacionados con el sector vitivinícola, así como competencias transversales para el emprendimiento, entre otros aspectos. Se alinea con las estrategias previamente mencionadas y tiene como objetivo empoderar a las mujeres que viven en el medio rural y prepararlas para enfrentar los desafíos del emprendimiento en este contexto.

El siguiente apartado se centrará en el diseño de esta propuesta, la cual representa la culminación y la aplicación práctica de todo lo manifestado en esta tesis doctoral para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural, con un enfoque particular en el sector vitivinícola.

8 Diseño de la propuesta provisional para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural

En el transcurso de esta investigación se ha abordado de manera profunda la cuestión del emprendimiento femenino en el medio rural. El objetivo general de este estudio es diseñar una propuesta que no solo refleje las necesidades y obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras en el medio rural, sino que también integre sus voces y perspectivas sobre su proceso emprendedor.

A lo largo de esta investigación, se ha recopilado una amplia gama de datos que nos han llevado a las conclusiones anteriormente mencionadas. Una de las conclusiones más destacadas de este estudio es el fuerte interés de las participantes en la formación continua. Esto subraya la importancia de promover oportunidades de formación que estén dirigidas a las personas que viven en el medio rural. El estudio también concluye que, si bien la formación superior puede ser beneficiosa, no es un obstáculo insuperable para aquellas mujeres que desean emprender en este entorno. Esto resalta la importancia de la accesibilidad y la equidad en la oferta de programas de apoyo al emprendimiento, independientemente del nivel educativo.

La propuesta diseñada se basa sólidamente en los hallazgos y experiencias compartidas por las mujeres participantes. Es muy valioso que las mujeres con experiencia emprendedora hayan contribuido proporcionando estrategias para la elaboración de la propuesta. Además, la conclusión de que se necesita una propuesta que se adapte a los diferentes perfiles de mujeres rurales es fundamental. No todas las emprendedoras tienen las mismas necesidades ni la misma experiencia en el sector vitivinícola. Por lo tanto, la iniciativa debe ser flexible y personalizable para satisfacer las demandas específicas de cada mujer que desee emprender en el medio rural. Esta idea fue la que nos condujo a la elección de las microcredenciales como hito dentro de la estrategia central para diseñar nuestra propuesta.

La justificación del uso de microcredenciales para diseñar la propuesta se alinea con las necesidades de las mujeres y las características del sector vitivinícola de la siguiente manera:

- Las microcredenciales se centran en experiencias de aprendizaje específicas y con objetivos claros, permitiendo a las mujeres adquirir habilidades y conocimientos directamente aplicables al sector teniendo en cuenta su perfil y sus necesidades.

- La flexibilidad y la acumulabilidad de las microcredenciales son cruciales en el medio rural, ya que las mujeres pueden adaptar su formación a sus horarios y necesidades. Además, la propuesta puede ofrecer servicios de orientación, lo que proporciona un apoyo adicional para el desarrollo de sus competencias.
- La calidad de las microcredenciales es esencial ya que deben cumplir con estándares acordados. Como se ha mencionado, los contenidos han sido directamente establecidos por mujeres que conocen el mundo del emprendimiento. Esto asegura que las mujeres que deseen emprender se formen en contenidos y competencias reconocidas por otras mujeres que ya han emprendido.
- Finalmente, las microcredenciales son portátiles y reconocidas, lo que permite a las mujeres mostrar sus logros y ganar credibilidad en el sector vitivinícola. Esta visibilidad refuerza la confianza y la confiabilidad de las microcredenciales como un medio eficaz para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural.

Si tenemos en cuenta lo anteriormente nombrado, la propuesta de formación se estructura en tres líneas principales (véase Tabla 59): 1) Viticultura, la cual estará compuesta por cuatro microcredenciales que abordarán aspectos clave de la viticultura en el sector vitivinícola; 2) Vinicultura, formada por cinco microcredenciales que se enfocarán en las prácticas de vinificación y elaboración de vinos; y 3) Burocracia, fiscalidad y legislación, centrada en temas administrativos y legales relacionados con el emprendimiento en el sector vitivinícola y formada por dos microcredenciales.

Tabla 59. Microcredenciales propuestas vinculadas a los contenidos técnicos del sector vitivinícola

CONTENIDOS TÉCNICOS	Línea 1 Viticultura	Microcredencial 1: Introducción a la viticultura: fundamentos de la viticultura, cuidado de la vid, técnicas de poda y manejo del viñedo
		Microcredencial 2: Gestión sostenible del viñedo: prácticas ecológicas y sostenibles en la viticultura, gestión del agua y conservación del suelo
		Microcredencial 3: Manejo de plagas y enfermedades de la vid: identificación y control de plagas y enfermedades comunes
		Microcredencial 4: Vendimia y vinificación: proceso de cosecha e introducción a la elaboración de vinos
	Línea 2 Vinicultura	Microcredencial 5: Elaboración de vinos: técnicas de vinificación, fermentación, crianza y embotellado
		Microcredencial 6: Control de calidad en la bodega: procesos de control de calidad y análisis sensorial de vinos
		Microcredencial 7: Comercialización y marketing: estrategias de marketing, distribución y promoción de vinos
		Microcredencial 8: Enoturismo: creación de experiencias enológicas y gestión de bodegas abiertas al público
		Microcredencial 9: Comercio exterior y exportación: procesos de exportación de productos vitivinícolas y acceso a mercados internacionales
	Línea 3	Microcredencial 10: Aspectos legales y fiscalidad para emprendimiento rural: normativas, trámites y obligaciones fiscales

	Burocracia, fiscalidad y legislación	Microcredencial 11: Planificación y gestión empresarial: desarrollo de un plan de empresa, gestión financiera y administrativa.
--	--------------------------------------	--

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

Además de estas líneas de formación específicas del sector vitivinícola, la propuesta incluye otros trayectos transversales que abarcan las competencias emprendedoras identificadas en las mujeres participantes (véase Tabla 60). En total, estas competencias se desglosan en 16 microcredenciales, cada una diseñada para fortalecer el desarrollo de una competencia relacionada con el emprendimiento. En el momento de diseñar e implementar estas microcredenciales será fundamental tener en cuenta las experiencias de las mujeres. Dado que se han observado ligeras diferencias en algunas competencias según el nivel de experiencia, se puede considerar ofrecer niveles de formación adaptados a diferentes etapas del emprendimiento. Esto permitirá satisfacer las necesidades específicas de las mujeres que están en las primeras etapas de su trayectoria emprendedora, así como aquellas que ya cuentan con una amplia experiencia.

Adicionalmente, se ha considerado la opción de incorporar microcredenciales de menor escala destinadas al desarrollo de los diez rasgos que las mujeres han considerado esenciales para el emprendimiento. Estas submicrocredenciales proporcionarán habilidades prácticas y actitudes necesarias para el emprendimiento.

Asimismo, se han incorporado las competencias digitales que capacitaran a las mujeres en el uso efectivo de herramientas y tecnologías digitales en su actividad empresarial. Esta adición se basa en la observación de que muchas mujeres emprendedoras utilizan activamente las redes sociales y otras herramientas digitales para promocionar sus productos y darse visibilidad en el mercado. La formación para activar estas competencias digitales capacitará a las emprendedoras para aprovechar el máximo las oportunidades en línea y promover sus negocios de manera efectiva.

Tabla 60. Microcredenciales transversales

TRAYECTOS TRANSVERSALES	Línea 4 Competencias emprendedoras	Microcredencial 12: Identificar la oportunidad Microcredencial 12.1: taller de perspectiva de futuro
		Microcredencial 13: Favorecer la innovación Microcredencial 13.1: taller de creatividad
		Microcredencial 14: Orientarse al objetivo Microcredencial 14.1: taller de perseverancia
		Microcredencial 15: Perseverar en la tarea Microcredencial 15.1: taller de persistencia Microcredencial 15.2: taller de resiliencia
		Microcredencial 16: Proponer la iniciativa Microcredencial 16.1: taller de iniciativa
		Microcredencial 17: Planificar acciones
		Microcredencial 18: Enfrentar la incertidumbre
		Microcredencial 19: Fomentar el espíritu de equipo
		Microcredencial 20: Comunicar la idea

		Microcredencial 20.1: taller de optimismo
		Microcredencial 21: Adaptarse al cambio Microcredencial 21.1: taller de versatilidad
		Microcredencial 22: Dirigir personas Microcredencial 22.2: taller de liderazgo
		Microcredencial 23: Estar comprometida
		Microcredencial 24: Buscar la sostenibilidad Microcredencial 24.1: taller de lealtad
		Microcredencial 25: Tomar decisiones Microcredencial 25.1: taller de pensamiento crítico
		Microcredencial 26: Diseñar estrategias
		Microcredencial 27: Tener la convicción
		Microcredencial 28: Alfabetización digital
		Microcredencial 29: Marketing digital para el emprendimiento rural
	Microcredencial 30: Comercio electrónico y venta en línea	
	Línea 5 Competencias digitales	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

Adicionalmente, la propuesta comprende actividades complementarias diseñadas para orientar e inspirar a las mujeres emprendedoras (véase Tabla 61). Estas actividades incluyen foros de mujeres emprendedoras, mesas redondas y otros eventos como charlas informativas y visitas a bodegas exitosas, a experiencias locales, innovadoras o que presenten alguna peculiaridad. Estas instancias proporcionarán un entorno enriquecedor para el intercambio de ideas y experiencias, fortaleciendo así el espíritu emprendedor en el medio rural.

Tabla 61. Actividades adicionales de la propuesta final

ACTIVIDADES ADICIONALES	Foros de mujeres emprendedoras	Espacios de intercambio de experiencias y buenas prácticas entre emprendedoras rurales
	Mesas redondas	Discusiones sobre temas relevantes para el emprendimiento rural, con la participación de expertos y empresarias exitosas
	Otros eventos inspiradores	Charlas motivacionales y visitas a bodegas exitosas

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

A continuación, se presenta de manera gráfica y visual la propuesta de formación mediante una idea que puede remitirnos a un mapa de metro (véase Figura 59 en la página 320). Este mapa representa de manera intuitiva las tres líneas principales de formación, los trayectos transversales y las actividades adicionales que engloban el conjunto de microcredenciales expuestas precedentemente.

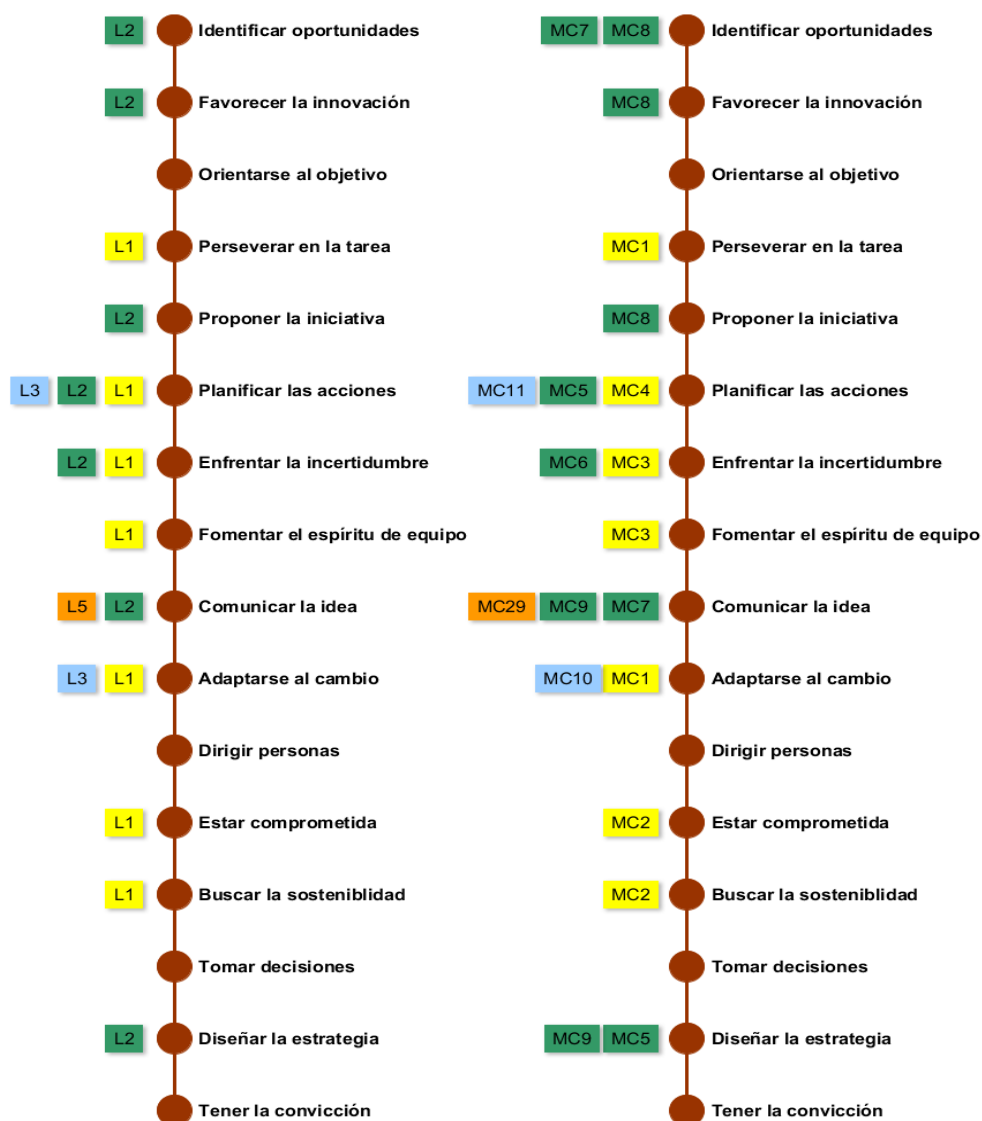
En este enfoque, cada mujer tendrá la flexibilidad de elegir su propio camino de aprendizaje según su perfil, intereses y motivaciones. Similar a un sistema de metro, cada mujer puede “subirse” y “bajarse” en cualquier estación que desee o necesite a lo largo de su viaje de aprendizaje. Cada microcredencial se considera independiente de las demás, lo que significa que las emprendedoras

pueden completar las que deseen en cualquier momento, adaptando su formación a sus necesidades y objetivos específicos.

Esta perspectiva proporciona un alto grado de personalización y permite a cada mujer emprendedora construir su propio itinerario de desarrollo, brindando la flexibilidad necesaria para abordar sus necesidades y avanzar en su camino hacia el éxito en el emprendimiento en el sector vitivinícola.

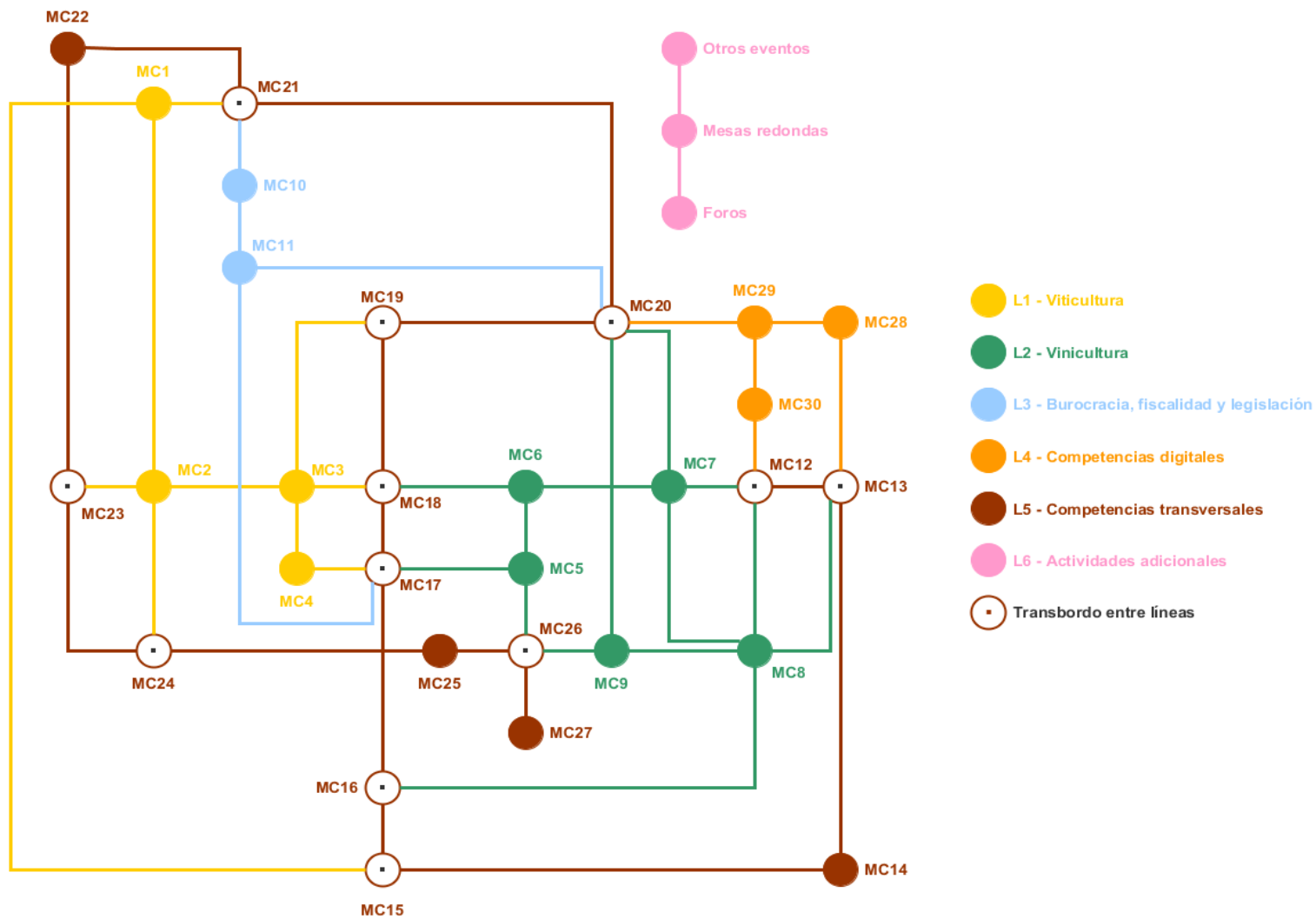
Una vez presentada la propuesta, podemos visualizar su estructura de una manera que nos permite simplificar el trayecto de cada línea de formación. Como ejemplo, se considera la “línea 5” correspondiente a las competencias transversales. En la Figura 58 se ilustra este itinerario de aprendizaje, junto con sus correspondencias con otras líneas y microcredenciales.

Figura 58. Ejemplo de línea de formación con sus correspondencias a otras líneas y microcredenciales



Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

Figura 59. Propuesta formativa para fomentar el emprendimiento femenino en el medio rural



9 Validación de la propuesta mediante un grupo focal de expertas

En el marco de la investigación, se ha realizado un análisis exhaustivo de los datos que han conducido a unas conclusiones significativas. No obstante, reconocemos la importancia de validar estos hallazgos mediante diversas perspectivas y voces expertas. En este apartado, se presenta la validación de nuestra propuesta final a través de un grupo focal compuesto por expertas en emprendimiento y mujeres rurales.

La participación de estas expertas es esencial para enriquecer la calidad de la investigación. Sus perspectivas, basadas en años de experiencia, añaden valor al estudio y garantizan la aplicabilidad y efectividad de nuestra propuesta en el contexto del emprendimiento rural. Recordemos que las expertas que participaron en el grupo focal son B.M.T, académica con una larga trayectoria en emprendimiento en la Universidad de Guadalajara, México; E.P.L del Servicio de Empleo y Emprendimiento de la Universidad de Salamanca; M.L.S de la Academia de Ciencias Administrativas (ACACIA) y académica en la Universidad Nacional Autónoma de México; N.G.A de la Universidad de León y de GEM Castilla y León; y T.L.B de la Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Las contribuciones de estas expertas se centraron en tres bloques de preguntas que guiaron sus interacciones en el grupo focal y enriquecieron la visión general de las conclusiones. Recordemos que estas preguntas fueron:

- Opinión sobre los resultados y la propuesta provisional, identificando posibles ajustes o mejoras.
- Evaluación de la viabilidad y aplicabilidad de la propuesta para fomentar el emprendimiento en el medio rural de Castilla y León, con posibilidad de extrapolación a otros entornos.
- Compartir ejemplos o casos de éxito relacionados con la implementación de programas similares que hayan tenido un impacto positivo en el emprendimiento femenino en entornos rurales.

9.1 Opiniones, sugerencias y mejoras en relación con los contenidos de la propuesta

En base a las opiniones y sugerencias surgidas durante la discusión, es evidente que existe consenso en cuanto a la validez y la relevancia de los resultados obtenidos en la parte diagnóstica del estudio.

Estos resultados, los cuales se fundamentan en la experiencia de mujeres emprendedoras, han servido como un sustento sólido para diseñar la propuesta formativa.

Las expertas expresaron su acuerdo con relación a la pertinencia de los contenidos identificados a través de la participación de las mujeres emprendedoras. Los datos extraídos de sus relatos han proporcionado una guía muy valiosa para trazar los itinerarios de formación, y la calidad y pertinencia de estos datos son incuestionables.

Sin embargo, es importante señalar la aportación de T.L.B, representante de la Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Ella destacó la necesidad de incluir módulos formativos que aborden específicamente dos aspectos cruciales para las mujeres emprendedoras en zonas rurales: el acceso a la financiación y la adquisición de tierras para sus proyectos. Esta sugerencia resalta la importancia de considerar la dimensión económica y de acceso a recursos que inciden directamente en el crecimiento de los emprendimientos rurales liderados por mujeres.

9.2 Análisis de la viabilidad de la propuesta en el medio rural

La viabilidad de nuestra iniciativa en el contexto rural es un aspecto importante, dado que el medio rural plantea desafíos y oportunidades particulares. En este sentido, T.L.B, defensora de los derechos de las mujeres rurales y la promoción de su emprendimiento desde el Ministerio, aportó perspectivas valiosas sobre este tema. Su enfoque resaltó la importancia de considerar los diversos perfiles de mujeres que viven en el medio rural y garantizar que cada una de ellas pueda elegir su formación según sus intereses y necesidades. Además, su perspectiva subrayó que nuestra propuesta se basa en las necesidades reales identificadas entre las mujeres que residen en el medio rural, lo que la posiciona de manera adecuada para lograr un impacto positivo. Además, resaltó el valor de que cada formación propuesta pueda llevarse a cabo de manera virtual. Este aspecto resulta especialmente importante en el medio rural, donde las distancias y las limitaciones de movilidad a la ciudad en ocasiones suponen un gran desafío. La capacidad de acceder a la formación en línea facilita el proceso de capacitación y, al mismo tiempo, amplía el alcance de nuestra propuesta, permitiendo que las mujeres situadas en distintas ubicaciones geográficas puedan acceder a las herramientas y conocimientos necesarios para emprender en sus comunidades.

Otro valioso aporte es el de B.M.T. Ella propuso considerar la “geografía humana” de las mujeres. Esta perspectiva resalta la importancia de comprender no solo el entorno económico y geográfico en el que se mueven las mujeres rurales, sino también las responsabilidades de cuidado

que a menudo recaen sobre ellas. Nos recordó que muchas mujeres desempeñan roles importantes en las tareas de cuidado de sus familias y comunidades, lo que puede limitar su disponibilidad para recibir formación. En consecuencia, esta observación destacó la necesidad de que la formación se adapte de manera integral al contexto de las mujeres y sea altamente accesible para ellas. Esto podría implicar horarios flexibles, hacer uso de la mencionada formación virtual y/o la consideración de lugares y momentos que sean convenientes y compatibles con sus responsabilidades. En este sentido, M.L.S destacó la importancia de no considerar de igual manera a los empresarios y empresarias. Argumentó que las mujeres desempeñan múltiples roles y responsabilidades en su vida cotidiana, lo que hace necesario un trato diferenciado. Además, esta diferenciación es especialmente relevante cuando hablamos de mujeres emprendedoras en entornos rurales.

Por su parte, B.M.T sugirió que la formación no debe ser exclusiva para mujeres, sino que debe incluir a hombres y estar abierta a cualquier persona interesada en el sector vitivinícola. Esta inclusión, promueve la colaboración, la diversidad de perspectivas y el crecimiento sostenible del sector. Nuestra propuesta será accesible y beneficiosa para todos los y las aspirantes al emprendimiento en el medio rural de Castilla y León, independientemente de su género.

9.3 Consideraciones sobre la aplicabilidad de la propuesta

La aplicabilidad de cualquier propuesta es un aspecto fundamental para tener en cuenta. Antes de embarcarse en la implementación de la propuesta, es fundamental evaluar si la propuesta puede aplicarse de manera efectiva en la práctica, considerando las condiciones, recursos y posibles obstáculos que podrían surgir en el camino. En este apartado, se exploran en detalle las aportaciones de las expertas sobre la aplicabilidad de nuestra propuesta, con el objetivo de identificar y analizar los factores que pueden facilitar o dificultar su puesta en marcha.

Uno de los aspectos cruciales a considerar según M.L.S es la importancia de los recursos destinados a promover el emprendimiento femenino. Afirmó que estos son imprescindibles y que la propuesta está muy completa. Sin embargo, también resaltó un elemento crítico para la implementación de la propuesta: los recursos personales disponibles para impartir las microcredenciales. Señala que uno de los obstáculos para implementar la propuesta radica en la formación emprendedora del personal académico y profesional de la universidad, quienes serían responsables de impartir estas microcredenciales. Resaltó la necesidad de formar adecuadamente a las personas encargadas de capacitar a las futuras emprendedoras. Su argumento es válido y

destaca una preocupación justificada: la falta de formación específica en emprendimiento por parte de estos profesionales.

Es interesante destacar que esta preocupación ha sido anticipada en nuestra propuesta inicial. Para abordar este obstáculo, se ha propuesto involucrar a las propias mujeres emprendedoras en la impartición de las microcredenciales, es decir, colaboren en la formación de las que desean emprender. M.L.S señaló que este enfoque es muy importante e interesante. Esta estrategia no solo ayuda a superar el desafío de la formación emprendedora del personal académico, sino que también empodera a las mujeres emprendedoras al permitirles desempeñar un papel activo en la capacitación de futuras emprendedoras. La experiencia y el conocimiento adquirido por estas emprendedoras en el contexto rural son invaluable y pueden enriquecer significativamente el contenido y la relevancia de los programas de formación. Además, M.L.S enfatizó la necesidad de involucrar a todo el ecosistema que conforma el entorno del emprendimiento en el medio rural. Esto incluye a asociaciones, empresarias/os, así como al gobierno y la administración local. De esta manera, la propia administración puede proporcionar formación sobre los trámites burocráticos necesarios para emprender.

Un segundo factor importante se relaciona con la dificultad para implementar 30 microcredenciales en el entorno universitario español, particularmente en lo que respecta a la adaptación al sistema de garantía de calidad. N.G.A señaló que organizar cada una de estas microcredenciales implica una laboriosa tarea que abarca la definición de contenidos, selección de formadores o la creación de una memoria económica, entre otros aspectos.

En respuesta a este desafío, es relevante considerar el decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. Este decreto regula las microcredenciales en España y permite que estas tengan un máximo de 15 ECT. Esta flexibilidad brinda margen para que la entidad organizadora determine la extensión de cada microcredencial, adaptándola a sus necesidades. De hecho, la próxima fase del proceso se enfoca en el diseño de la estructura interna de cada microcredencial, lo que permite una mayor personalización y eficiencia en su implementación.

Esta perspectiva inicial sobre la adaptabilidad de las microcredenciales también plantea una cuestión más amplia sobre la rigidez de la formación en el ámbito universitario. Esto está intrínsecamente relacionado con la aportación de E.P.L, quien coincidió con N.G.A en cuanto a la complejidad del proceso de calidad y las dificultades que esto plantea en el contexto universitario

español. Sin embargo, aportó una perspectiva optimista en cuanto a la aplicabilidad de la propuesta de las microcredenciales.

E.P.L propuso que cada microcredencial tenga un valor de un ECTS y que todas puedan incluso englobarse en un título propio. Además, argumentó que cada microcredencial es muy específica, justificando así su correspondencia con un ECTS. Consciente de la complejidad de la problemática y la falta de experiencia suficiente en el ámbito de las microcredenciales en España, E.P.L formuló dos valiosas sugerencias para la implementación de la propuesta. En primer lugar, propuso que se describiera el proceso temporal más ampliamente. Sugirió que se diseñara el proceso de las 30 microcredenciales a largo plazo, lo que permitiría abordar de manera más efectiva las complejidades asociadas a su implementación. En segundo lugar, recomendó considerar la posibilidad de combinar algunas microcredenciales que tengan objetivos relacionados. Esta estrategia de agrupación podría simplificar la gestión y facilitar la implementación, reduciendo la carga de trabajo al abordar temas afines de manera conjunta. Además, podría promover una mayor coherencia y eficiencia en la oferta de las microcredenciales en la universidad, optimizando los recursos disponibles.

A pesar de reconocer las dificultades inherentes a la implementación, E.P.L contrastó la situación en España con experiencias en otros países, como Finlandia y Bélgica, donde se están trabajando exitosamente con un gran número de microcredenciales. Esta comparación con otras realidades internacionales nos lleva a cuestionar la rigidez del sistema universitario español y defiende la necesidad de innovar en la formación, especialmente teniendo en cuenta las necesidades de los aprendientes y el contexto en el que se desenvuelven. En este sentido, la aportación de la académica destaca la importancia de considerar la flexibilidad y la adaptación como elementos clave en la aplicación de las microcredenciales en el entorno académico español.

En relación con lo anterior, T.L.B destacó que la propuesta le parece adecuada para su aplicación en entornos rurales, ya que reconoció que cada mujer parte de una situación diferente y adaptar su tiempo a una formación continua puede resultar difícil para ellas. Además, consideró que el sistema de microcredenciales es especialmente interesante en este contexto, ya que permite a una mujer cursar una formación en el momento presente y, más adelante, cuando surja otra necesidad o inquietud, tenga la flexibilidad de participar en otra microcredencial. Esto brinda a las mujeres rurales la oportunidad de adaptar su formación a sus circunstancias y necesidades cambiantes, lo que puede ser de gran valor en su desarrollo y empoderamiento. Además, indicó que desde el Ministerio se está llevando a cabo una formación basada en itinerarios que permite a las mujeres rurales elegir la formación que desean recibir. Este planteamiento nos lleva a

cuestionarnos por qué en otras entidades es posible ofrecer formación personalizada basada en itinerarios que se adapten a las necesidades individuales de cada persona, mientras que en el ámbito universitario esta flexibilidad no se encuentra tan extendida.

Finalmente, es relevante destacar la contribución con la que finaliza E.P.L, quien enfatizó que nuestra propuesta ejemplifica de manera contundente el significado de las microcredenciales. Ella subrayó la importancia de describir detalladamente el proceso de implementación de las microcredenciales en la universidad. Esto incluiría la elaboración de un cronograma de tiempo y la identificación de las tareas necesarias para llevar a cabo esta implementación, así como la consideración de ejemplos iniciales de las microcredenciales transversales que podrían ser abordadas. Hizo hincapié en que nuestra propuesta es un ejemplo claro de cómo se estructuran las microcredenciales. En caso de que nuestro sistema no permita una implementación completa de todas las microcredenciales de manera simultánea, sugirió que podríamos comenzar por agrupar algunas de ellas e implementarlas de manera gradual. Esto permitiría avanzar en la adopción de las microcredenciales de una manera más accesible y manejable en nuestras universidades.

9.4 Experiencias inspiradoras y ejemplos de formación emprendedora de mujeres en zonas rurales

Para terminar de fundamentar nuestra propuesta y comprender plenamente el panorama sobre el fomento del emprendimiento femenino en el medio rural, es esencial explorar otras experiencias inspiradoras que están teniendo lugar en otros lugares diferentes. Estas experiencias pueden ofrecer ideas valiosas que pueden enriquecer la propuesta.

En este sentido, las expertas destacaron cuatro experiencias que ejemplifican el empoderamiento de mujeres emprendedoras en contextos rurales. Estos casos resaltan el poder de la formación y capacitación, la importancia de crear itinerarios flexibles que se adapten a las necesidades cambiantes de las emprendedoras, así como la necesidad de que las mujeres que ya han emprendido apoyen a aquellas que todavía no lo han hecho, fortaleciendo así la red de apoyo para el emprendimiento femenino en el medio rural.

- Programa de formación y asesoramiento para emprendedoras en la UNAM

La UNAM ha lanzado un programa de formación y asesoramiento para emprendedoras con el fin de impulsar la autonomía económica de las mujeres y contribuir a reducir la brecha de género en materia de desarrollo económico. El programa ofrece asesoramiento para concretar una idea de negocio, además del acompañamiento de una mentora que resolverá las dudas y ayudará a la mujer que desea emprender a reforzar sus conocimientos administrativos.

- Programa de capacitación emprendedora a las mujeres alfareras en Oaxaca, México

El Centro de Investigación del Instituto Politécnico Nacional desarrolla un programa de formación emprendedora con las mujeres alfareras de Oaxaca. Estas son las encargadas de preservar el trabajo con el barro, un oficio que aprendieron de sus familias y que ahora comparten con sus hijas para mantener la tradición. El Instituto Politécnico Nacional de Oaxaca ha elaborado un programa basado también en itinerarios para capacitar a las mujeres sobre todo en competencias técnicas y temas administrativos

- Proyecto Erasmus+ KA220 de la Universidad de Salamanca.

Durante un periodo de tres años, la Universidad de Salamanca ha participado en un proyecto europeo centrado en el fomento de competencias transversales y la integración de la inteligencia artificial en la formación de médicos. Dentro de este proyecto, se diseñaron un total de 12 microcredenciales, cada una con una duración de diez horas. Estas microcredenciales se dividieron en dos categorías, con seis de ellas enfocadas en el desarrollo de competencias transversales y las restantes centradas en la inteligencia artificial.

Mientras que en una universidad de Finlandia se logró implementar de manera exitosa todas las microcredenciales, la Universidad de Salamanca enfrentó diversos obstáculos. En España, el desarrollo y la implementación de microcredenciales aún no están tan arraigados en el sistema educativo, lo que llevó a la necesidad de encontrar enfoques alternativos para la ejecución del proyecto.

- Programa Creceamos Juntas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha puesto en marcha el programa Creceamos Juntas-proyecto mentoras rurales, un programa de mentoría para mujeres emprendedoras en el medio rural. Este programa persigue, entre otros objetivos, sistematizar la transmisión de conocimientos y experiencias acumuladas por las emprendedoras rurales y acelerar su desarrollo y crecimiento profesional. En la primera edición, cuyas sesiones comenzaron en abril de 2023, han participado 15 parejas de mujeres que están realizando un proceso de aprendizaje colaborativo durante seis meses, en el que una de ellas que actúa como mentora, facilita, guía y acompaña el desarrollo de la mentorizada.

9.5 Conclusiones significativas del grupo focal y ajustes de la propuesta

Las conclusiones del grupo focal resultaron muy enriquecedoras, ya que cada una de las participantes compartieron sus perspectivas (véase Tabla 62), provenientes tanto del ámbito

académico como gubernamental. Durante las discusiones, se puso especial énfasis en el bienestar y las necesidades de las mujeres que residen en entornos rurales.

Tabla 62. Síntesis de las conclusiones del grupo focal

Participantes	Contenidos	Viabilidad	Aplicabilidad
B.M.T	Conforme	Conforme, considerando los roles de las mujeres rurales Incluir al género masculino	Conforme
E.P.L	Conforme	Conforme	Conforme con modificaciones, agrupando las microcredenciales. La propuesta es un claro ejemplo de un sistema de microcredenciales.
M.L.S	Conforme	Conforme, con trato diferenciado a las mujeres por desempeñar múltiples roles.	Conforme, incluyendo a mujeres emprendedoras como colaboradoras para impartir la formación
N.G.A	Conforme	Conforme	Inconforme debido a la dificultad de implementar tantas microcredenciales en el sistema universitario español.
T.L.B	De acuerdo con la inclusión de aspectos sobre el acceso a la financiación y la adquisición de tierras	Conforme por considerar los diversos perfiles de mujeres rurales	Conforme con la aplicación en entornos rurales, ya que cada mujer parte de una situación diferente y podría adaptar su tiempo a una formación continua.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados en el grupo focal

Inicialmente, se planteó la idea de implementar las microcredenciales en la Universidad de Valladolid, teniendo en cuenta el análisis del marco legal asociado a esta iniciativa. Sin embargo, el diálogo grupal nos llevó a una comprensión más profunda de la situación. Se identificó que esta herramienta aún no está plenamente desarrollada en las universidades españolas, lo que plantearía retos significativos para la creación de las 30 microcredenciales previamente propuestas.

Como resultado de estas reflexiones, se tomó la decisión de realizar ajustes en la propuesta para alinearla de manera más adecuada con la realidad de la universidad. Con este fin, los contenidos técnicos han sido reorganizados en tres microcredenciales, las cuales, a su vez, agrupan varias microcredenciales relacionadas (véase Tabla 63). Este enfoque permite que las

microcredenciales sean acumulables, garantizando que la suma total no supere los 15 ECTS, conforme la legislación vigente.

En la microcredencial dedicada a “Burocracia, fiscalidad y legislación” se ha introducido una tercera sección que aborda las estrategias para acceder a la financiación y a las tierras necesarias para emprender. Esta incorporación responde a la sugerencia de una de las expertas durante el grupo focal.

Tabla 63. Propuesta ajustada tras la validación del grupo focal

CONTENIDOS TÉCNICOS	MC 1 Viticultura	MC 1.1: Introducción a la viticultura: fundamentos de la viticultura, cuidado de la vid, técnicas de poda y manejo del viñedo ($\leq 3,5$ ECTS)
		MC 1.2: Gestión sostenible del viñedo: prácticas ecológicas y sostenibles en la viticultura, gestión del agua y conservación del suelo ($\leq 3,5$ ECTS)
		MC 1.3: Manejo de plagas y enfermedades de la vid: identificación y control de plagas y enfermedades comunes ($\leq 3,5$ ECTS)
		MC 1.4: Vendimia y vinificación: proceso de cosecha e introducción a la elaboración de vinos ($\leq 3,5$ ECTS)
	MC 2 Vinicultura	MC 2.1: Elaboración de vinos: técnicas de vinificación, fermentación, crianza y embotellado (≤ 3 ECTS)
		MC 2.2: Control de calidad en la bodega: procesos de control de calidad y análisis sensorial de vinos (≤ 3 ECTS)
		MC 2.3: Comercialización y marketing: estrategias de marketing, distribución y promoción de vinos (≤ 3 ECTS)
		MC 2.4: Enoturismo: creación de experiencias enológicas y gestión de bodegas abiertas al público (≤ 3 ECTS)
		MC 2.5: Comercio exterior y exportación: procesos de exportación de productos vitivinícolas y acceso a mercados internacionales (≤ 3 ECTS)
	MC 3 Burocracia, fiscalidad y legislación	MC 3.1: Aspectos legales y fiscalidad para emprendimiento rural: normativas, trámites y obligaciones fiscales (≤ 5 ECTS)
		MC 3.2: Planificación y gestión empresarial: desarrollo de un plan de empresa, gestión financiera y administrativa (≤ 5 ECTS)
		MC 3.3: Estrategias para acceder a financiación y tierras para emprender (≤ 5 ECTS)

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

En cuanto a los trayectos transversales, se han consolidado en dos microcredenciales distintas. La primera se enfoca en las competencias emprendedoras, dividiéndolas a su vez en dos microcredenciales que han sido seleccionadas estratégicamente por su relación con todas las demás. En este sentido, se optó por incluir la competencia de orientarse al objetivo, estrechamente vinculada con identificar oportunidades, favorecer la innovación, perseverar en la tarea, planificar acciones, enfrentar la incertidumbre, adaptarse al cambio, estar comprometida, tomar decisiones, diseñar estrategias y tener la convicción. Asimismo, se integró la competencia de dirigir persona, la cual guarda relación con proponer la iniciativa, comunicar la idea y planificar las acciones.

En contraste, las competencias digitales se mantienen sin cambios con respecto a la propuesta provisional.

Tabla 64. Trayectos transversales de la propuesta ajustados tras la validación del grupo focal

TRAYECTOS TRANSVERSALES	MC 4 Competencias emprendedoras	MC 4.1: Orientarse al objetivo
		MC 4.2: Dirigir personas
	MC 5 Competencias digitales	MC 5.2: Alfabetización digital
		MC 5.3: Marketing digital para el emprendimiento rural
		MC 5.4: Comercio electrónico y venta en línea

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recopilados durante la investigación

Este rediseño ofrece una visión clara del camino que se emprenderá en la implementación de la propuesta (véase Tabla 64). Como se mencionó previamente, la intención es desarrollar eventualmente todas las microcredenciales con la colaboración de profesionales especializados en cada línea de formación. Inicialmente, nos enfocaremos en el desarrollo de las microcredenciales relacionadas con las competencias emprendedoras.

Además, se plantea la posibilidad de extender esta iniciativa más allá del ámbito universitario. Se explorará la opción de presentarla en centros de formación, entidades, asociaciones u otros lugares que trabajen directamente con mujeres rurales. Esta expansión permitirá llegar a un público más amplio y adaptar la formación a contextos específicos, maximizando así el impacto positivo de la propuesta

10 Limitaciones del estudio

En el desarrollo de esta investigación, se han identificado varias limitaciones, las cuales son importantes de reconocer y de tener en cuenta al interpretar los resultados.

Una de las principales limitaciones se encontró en la delimitación del evento de estudio. Para establecer una muestra representativa, se optó por analizar las bodegas adscritas a cada D.O. y determinar cuántas mujeres figuraban como gerentes de estos negocios. Sin embargo, esta metodología podría no haber captado de manera exhaustiva a todas las mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola. Es posible que muchas de ellas no aparecieran formalmente como gerentes de las bodegas, lo que podría haber llevado a una subrepresentación de la muestra y, por ende, a resultados parciales.

Otra limitación significativa fue la dificultad en el acceso a las mujeres emprendedoras para su participación en el estudio. A pesar de los esfuerzos realizados, que incluyeron el contacto por

correo electrónico, teléfono y presencial, así como la asistencia a ferias y eventos relacionados con el sector vitivinícola, fue un desafío lograr que las mujeres respondieran, sobre todo, a los cuestionarios necesarios para lograr la muestra representativa. Esta dificultad para acceder a las participantes influyó en el tiempo requerido para la realización de la investigación, ya que se prolongó más allá de lo inicialmente previsto.

Estas limitaciones no invalidan los hallazgos y conclusiones de la investigación, pero si es necesario considerarlas al interpretar los resultados. En futuras investigaciones, podrían explorarse métodos de muestreo alternativos y estrategias de acceso a las participantes para abordar estas limitaciones y obtener una comprensión más completa y precisa del emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de Castilla y León.

11 Futuras líneas de investigación

Esta tesis ha culminado con una propuesta integral que combina formación en contenidos específicos del sector vitivinícola, competencias transversales, competencias digitales y talleres para fomentar actitudes emprendedoras entre las mujeres que viven en el medio rural. Las futuras líneas de investigación que desencadena esta tesis doctoral se enfocarán en la elaboración y desarrollo de estos trayectos transversales de formación que forman parte de la propuesta de formación presentada.

Para llevar a cabo esta nueva fase de investigación, se prestará especial atención a la creación y diseño de las microcredenciales que aborden las competencias transversales identificadas como esenciales para el emprendimiento. Estas microcredenciales serán desarrolladas y evaluadas en colaboración con expertos en el campo de las competencias transversales y el empoderamiento femenino.

El proceso de investigación incluirá una etapa de prueba piloto en la que se implementarán las microcredenciales en un trabajo con un grupo de mujeres emprendedoras en el medio rural. Se recopilarán datos y retroalimentación para ajustar y mejorar el contenido y la efectividad de estas formaciones.

Una vez que las microcredenciales transversales hayan sido refinadas y validadas, se procederá a lanzar la propuesta completa al público objetivo. Esto incluirá no solo la formación en contenidos específicos del sector vitivinícola, que será impartida por profesionales del área enológica y administrativa, sino también la formación en competencias transversales y digitales desarrolladas como parte de la investigación. También se incluirá la organización de foros, mesas redondas y otros eventos para compartir experiencias y buenas prácticas.

Una vez se haya implementado y validado esta propuesta en el sector vitivinícola, se explorarán oportunidades para extrapolarse a otros sectores y comunidades rurales. El objetivo es desarrollar propuestas similares adaptadas a las necesidades de las mujeres en distintos ámbitos rurales, contribuyendo así al empoderamiento y desarrollo de estas comunidades, utilizando y maximizando todos los protocolos utilizados para este trabajo y que pueden convertirse en una verdadera guía para implementar propuestas semejantes.

Epílogo

Este epílogo marca el cierre de la primera parte de esta investigación sobre mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola de Castilla y León. A lo largo de estas páginas, hemos explorado las voces, historias y desafíos de estas mujeres que, en ocasiones, han permanecido en la sombra. Ahora, en este momento de reflexión final, es apropiado meditar sobre los hallazgos y experiencias que hemos compartido a lo largo de este trabajo, así como considerar su impacto en un contexto más amplio.

La investigación ha supuesto un desafío importante para mí en muchos aspectos, ya que no ha sido fácil acceder a las mujeres y recopilar toda la información necesaria para que sea significativa. A pesar de los obstáculos encontrados, valoro cada uno de ellos, pues considero que he aprendido mucho a lo largo de toda esta experiencia. El aprendizaje adquirido durante estos años ha sido abundante, desde mi estancia en la Universidad de Guadalajara en México para contrastar los perfiles de mujeres rurales con los de España, hasta las actividades realizadas junto a mis compañeras de doctorado. Ha sido una experiencia de aprendizaje increíble junto al equipo de investigación del que formo parte.

Estoy muy satisfecha con los resultados de la tesis, ya que han sido elaborados a partir del trabajo realizado por mujeres que han emprendido en el medio rural, es decir, ha sido una investigación hecha por y para mujeres del medio rural. Además, tras finalizar la investigación, participé en una jornada de mujeres que fomentan el desarrollo rural organizada por las Cámaras de Comercio de Castilla y León. En este evento, se extrajeron cuatro conclusiones clave: es necesario alcanzar la sostenibilidad, la digitalización rural, la formación profesional local y el relevo generacional. Estos cuatro aspectos resumen el contenido de mi tesis doctoral y respaldan los resultados de mi investigación. Destacan la importancia de que la formación sea adaptada a las necesidades de las mujeres y, sobre todo, que sea profesionalizante. Esto significa que la formación debe proporcionar las habilidades necesarias para que las mujeres puedan prosperar en sus emprendimientos rurales. De esta manera, podemos afirmar que el impacto potencial de la investigación es muy significativo y da respuesta a las necesidades que tiene el medio rural actual.

Como mencioné en las conclusiones, esta investigación no termina aquí. La siguiente etapa consiste en el desarrollo de esa formación y en la necesidad de innovar en el ámbito académico, permitiendo una oferta educativa más accesible, incluso para las comunidades rurales.

Concluyo esta etapa agradeciendo a mis directores por la oportunidad de llevar a cabo esta investigación en la Universidad de Valladolid. También expreso de nuevo mi gratitud a todas las personas que se cruzaron en mi camino durante estos años, así como a todas las mujeres que

dedicaron su tiempo y esfuerzo en colaborar en el estudio. Ellas son las principales protagonistas y co-creadoras de la propuesta final de mi tesis, y su contribución es fundamental para el futuro del desarrollo rural y el empoderamiento de las mujeres que viven este medio.

Referencias bibliográficas

- Acuerdo 35/2013, de 16 de mayo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan Autonómico para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres y contra la Violencia de Género en Castilla y León, (Boletín Oficial de Castilla y León, n1 94, 20 de mayo de 2013).
- Acuerdo 44/2010, de 14 de mayo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba la Agenda para la Población de Castilla y León 2010-2020, (Boletín Oficial de Castilla y León nº 92, 17 de mayo de 2010).
- AFAMMER. (2023). *Asociación de familias y mujeres del medio rural*. www.afammer.es.
<https://www.afammer.es/>
- Afi. (2020). *Importancia económica y social del sector vitivinícola en España*. Consultoría y formación independiente en economía, finanzas y tecnologíaAutor. https://www.vinetur.com/documentos/article/62599/informe2020_importancia_economica_vino_espana.pdf
- Afi. (2022). *La relevancia económica del sector vitivinícola en Castilla y León* (p. 34). Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE). <http://www.interprofesionaldelvino.es/2022/11/30/presentaci%C3%B3n-del-estudio-sobre-la-importancia-del-sector-vitivinico-la-en-castilla-y-leon/>
- Agriculture and Economic Development Analysis Division. (2011). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2010-2011: Las mujeres en la agricultura - Cerrar la brecha de género en aras del desarrollo*. FAO. <http://www.fao.org/3/a-i2050s.pdf>
- Agronews Castilla y León. (2022). Un estudio de la Interprofesional del Vino destaca que el sector vitivinícola contribuye a generar cerca del 4% del empleo de Castilla y León. *Agronews Castilla y León*. <https://www.agronewscastillayleon.com/un-estudio-de-la-interprofesional-del-vino-destaca-que-el-sector-vitivinicola-contribuye-generar/>
- Agudelo, C. A. M., & Saavedra, M. R. B. (2016). El Recurso Humano Como Elemento Fundamental Para La Gestión De Calidad Y La Competitividad Organizacional. *Revista Científica «Visión de Futuro»*, 20(2), 1-20.
- Ahmetaj, B., Kruja, A. D., & Hysa, E. (2023). Women Entrepreneurship: Challenges and Perspectives of an Emerging Economy. *Administrative Sciences*, 13(4). Scopus. <https://doi.org/10.3390/admsci13040111>
- Alberici, A., & Serreri, P. (2005). *Competencias y formación en la edad adulta: El balance de competencias*. Laertes.

- Aleán Pico, A., Río Cortina, J. del, Simancas Trujillo, R., & Rodríguez Arias, C. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 107-123.
- Alonso, N., & Trillo, D. (2014). Women, Rural Environment and Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 161, 149-155. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.039>
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(01\)00122-2](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(01)00122-2)
- AMFAR. (2023). *Amfar. Federación de mujeres y familias del ámbito rural*. mujerrural.com. <https://mujerrural.com/>
- ANECA. (2007). *El profesional flexible en la Sociedad del Conocimiento* (Reflex, p. 82) [Informe ejecutivo]. Unidad de Estudios de la ANECA. <https://ice.unizar.es/sites/ice.unizar.es/files/users/leteo/bibliografia/reflex-anecapdf.pdf>
- ANECA. (2022). *Microcredenciales. Formación inclusiva en todos los formatos y para todas las edades* (Documento marco para el aseguramiento de la calidad de las microcredenciales, p. 24). ANECA.
- Angelovska, N. (2019). «Europe, We Have A Problem!» 8 Facts About Female Entrepreneurs In The Digital Age. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/ninaangelovska/2019/05/12/europe-we-have-a-problem-8-facts-about-female-entrepreneurs-in-the-digital-age/>
- Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME). (2005). *Causas de la escasa representación de las mujeres empresarias en determinados sectores y segmentos del tejido empresarial de la Comunidad de Madrid* (p. 141). Autor. http://aseme.es/wp-content/uploads/2015/11/Causas_infra.pdf
- Aviña Solares, G. A., Carabias Herrero, M., & Cano de Gardoqui García, J. L. (2017). *Propuesta de programa formativo en profesionistas en enoturismo*. Universidad de Valladolid.
- Ayuda en acción. (2021). Mujeres y cuidados: Un rol todavía arraigado. *Ayuda en Acción*. <https://ayudaenaccion.org/blog/mujer/mujeres-rol-cuidados/>
- Bacigalupo, M., Kamylyis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework* (JRC Science for Policy Report 27939; p. 39). European Commission. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101581/lfna27939enn.pdf>

- Bagur Pons, S., Rosselló Ramon, M. R., Paz Lourido, B., & Verger, S. (2021). El Enfoque integrador de la metodología mixta en la investigación educativa. *RELIEVE - Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 27(1). <https://doi.org/10.30827/relieve.v27i1.21053>
- Ballara, M., & Parada, S. (2009). *El empleo de las mujeres rurales: Lo que dicen las cifras*. FAO. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/1346>
- Bárcena, A., Cimoli, M., García-Buchaca, R., Gerstenfeld, P., & Pérez, R. (2019). *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe* (p. 144). Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44445/4/S1800772_mu.pdf
- Barraca Mairal, J. (2015). Antropología, economía y empresa: Claves para un método desde la persona. *Quién: revista de filosofía personalista*, 2, 91-103.
- Bartram, D. (2005). The Great Eight Competencies: A Criterion-Centric Approach to Validation. *The Journal of applied psychology*, 90, 1185-1203. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1185>
- Baskerville, R. F. (2003). Hofstede never studied culture. *Accounting, Organizations and Society*, 28(1), 1-14. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00048-4](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00048-4)
- Bauer, S., Finnegan, G., & Haspels, N. (2011). *Género y emprendimiento: Guía de formación para mujeres empresarias. Paquete de formación y herramientas*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_179034.pdf
- Berrocal, F. B., García, M. A. A., & Ramírez-Vielma, R. (2021). La elaboración de modelos de competencias técnicas y su aplicación en la detección de necesidades formativas. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 26, 111-129. <https://doi.org/10.24965/gapp.i26.10813>
- Bertaux, D., & González González, G. (2005). *Los relatos de vida: Perspectiva etnosociológica*. Bellaterra.
- Blanco, A., Chueca, A., & Bombardieri, G. (2015). *Informe España 2015* (1137-6228). Fundación Encuentro. http://gidid.unizar.es/viejo/chen/chaime/asigna/politicasocial/materiales/Capitulo17_2015.pdf
- Blanco Abramo, S. (2017). *Mujer rural. Concienciación y emprendimiento* [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Valladolid, Departamento de Pedagogía]. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/27334>

- Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, Pub. L. No. 78, BOE-A-2022-5139 (2022). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-5139>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020* (p. 232). Global Entrepreneurship Research Association (GERA). <https://gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager. A Model For Effective Performance*. John Wiley & Sons.
- Brezzi, M., Dijkstra, L., & Ruiz, V. (2011). *OECD Extended Regional Typology: The Economic Performance of Remote Rural Regions* (OECD Regional Development Working Papers 2011/06; OECD Regional Development Working Papers, Vol. 2011/06). <https://doi.org/10.1787/5kg6z83tw7f4-en>
- Camarero, L. (2009). *La población rural de España. De los desequilibrios a la sostenibilidad social*. https://obrasociallacaixa.org/documents/10280/240906/vol27_es.pdf
- CampoCyL. (2022, noviembre 21). *Las 5 barreras que afrontan las emprendedoras rurales* | Campo CyL. <https://www.campocyl.es/portada-app/las-5-barreras-que-afrontan-las-mujeres-rurales-emprendedoras/>
- Carro, L. (2022). *Las competencias transversales para el desarrollo humano* [Lección magistral]. Sesiones formativas, movilidad Erasmus+, Università di Roma Tre.
- Castillo, A. M., Ordóñez, D. Y., Erazo, L., & Cabrera, J. C. (2020). Emprendimiento Rural, una Aproximación desde el Empoderamiento Femenino. *Revista Empresarial*, 14(1), 38-51.
- Castro, P., & Díaz-García, O. (2020). Ciudadanía activa y participación política de las mujeres en España. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15, 501. <https://doi.org/10.14198/OBETS2020.15.2.05>
- CERES. (2023). *Confederación de Asociaciones de Mujeres del Medio Rural*. <https://ceres.org.es/>
- Chen, H. T. (2006). A Theory-Driven Evaluation Perspective on Mixed Methods Research. *Research in the Schools*, 13(1), 75-83.
- Cherukara, J., & Manalel, J. (2011). *Evolution of Entrepreneurship theories through different schools of thought*. The Nighth Biennial Conference on Entrepreneurship at EDI, Ahmedabad. https://www.researchgate.net/publication/287208107_Evolution_of_Entrepreneurship_theories_through_different_schools_of_thought
- Chong-González, E. G. (2016). El emprendedurismo femenino rural. *Entramado*, 12(1), 30-36.

- CMI. (2020, septiembre 28). Teoría de las capacidades por Amartya Sen [Cmiuniversal]. *CMI Business School*. <https://www.cmiuniversal.com/teoria-capacidades-amartya-sen/>
- Cochran, T. C. (1964). The entrepreneur in economic change. *Behavioral Science*, 9(2), 111-119. <https://doi.org/10.1002/bs.3830090204>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2000). *Memorandum sobre el aprendizaje permanente*. <https://ruepep.org/wp-content/uploads/2012/04/MEMO20APRENDIZAJE20PERMANENTE20UE20ESP1.pdf>
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Unión de la igualdad: Estrategia para la Igualdad de Género 2020-2025, (2020). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0152>
- Comisión Europea. (1988). El futuro del mundo rural. *Boletín de las Comunidades Europeas*. Comunicación de la Comisión al Parlamento y al Consejo, Luxemburgo. <https://almena.uva.es>
- Comisión Europea. (2023, junio 26). *Programas de desarrollo rural en los Estados Miembros*. Agriculture and rural development. https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development/country_es
- Comunicación de la Comisión de 5 de marzo de 2010 titulada «Un compromiso reforzado en favor de la igualdad entre mujeres y hombres. Una Carta de la Mujer», (2010).
- Conceição, P. (2022). *Informe sobre Desarrollo Humano 2021/2022* (10017; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, p. 46). Naciones Unidas. <https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22overviewspdf.pdf>
- Conclusiones del Consejo de 7 de marzo de 2011 sobre Pacto Europeo por la Igualdad de Género (2011-2020), (Diario Oficial de la Unión Europea, 25 de mayo de 2011) (2011).
- Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas. (2023). *DO Tierra del Vino de Zamora*. CECRV. <https://vinosdo.wine/denominaciones/d-o-tierra-del-vino-de-zamora/>
- Connelly, M., & Clandinin, J. (1995). Relatos de experiencia e investigación narrativa. En *Déjame que te cuente. Ensayos sobre narrativa y educación*. Laertes. <https://es.scribd.com/document/329028420/Connelly-y-Clandini-Relatos-de-Experiencia-e-Investigacion-Narrativa-1>

- Consejo Económico y Social (Ed.). (2018). *El medio rural y su vertebración social y territorial* (Primera edición). Consejo Económico y Social España. <https://www.ces.es/documents/10180/5182488/Inf0118.pdf>
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Bierzo. (2023). *Bierzo. Denominación de Origen*. crdobierzo. <https://www.crdobierzo.es/es/>
- Consejo Regulador D.O. Arribes. (2020). *Arribes Denominación de Origen*. doarribes. <https://doarribes.es/>
- Constitución Española, (Boletín Oficial del Estado núm. 311, de 29 de diciembre de 1978). [https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/\(1\)](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1))
- Coon, D., Mitterer, J. O., & Martini, T. S. (2018). *Introduction to Psychology: Gateways to Mind and Behavior* (15th ed.). Cengage Learning.
- Covarrubias Orozco, S. (1611). *Tesoro de la lengua castellana o española*. Luis Sánchez.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30. <https://doi.org/10.1080/135943200398030>
- Cruz Souza, F. (2006). *Género, psicología y desarrollo rural: La construcción de nuevas identidades. Las representaciones sociales de las mujeres en el medio rural* (ESTUDIOS, p. 348). Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/87506_all.pdf
- CWTS. (2020). VOSviewer 1.6.15. Leiden University. <https://vosviewer.com/>
- De Haro García, J. M. (2004). Gestión por competencias. ¿Sabe alguien qué es una competencia? De Mclelland a la ISO 9000. *Aedipe: Revista de la Asociación Española de Dirección de Personal*, 30, 8.
- De la Vega, G. (2009). *Mujeres en el mundo del vino*. <http://vinisfera.com/r/archivo/1876/comment-page-1#comments>
- De Moraes, M. de F. (2019). The trajectory of three rural women: Work as a conductor of the narratives of life. *Aedos-Revista Do Corpo Discente Do Programa De Pos-Graduacao Em Historia Da Ufmg*, 11(25), 241-257.
- De Pablo Valenciano, J., Milán-García, J., Uribe-Toril, J., & Guerrero-Villalba, M. A. (2021). Rural Development from a Gender Perspective: The Case of Women Farmers in Southern Spain. *Land*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.3390/land10010075>

- Díaz Méndez, C. (2011). Perfiles de mujeres jóvenes rurales de baja cualificación. Un estudio de caso para la comprensión de sus estrategias de inserción sociolaboral en Asturias (España). *Revista Internacional de Sociología*, 69(3), 725-744. <https://doi.org/10.3989/ris.2009.07.16>
- D.O. Arlanza. (2019). *Dónde la cultura se hace vino*. Arlanza. <https://arlanza.org/>
- D.O. León. (2023). *León. Denominación de Origen*. DO León. <https://www.doleon.es/>
- D.O.P. Cebreros. (2023). *Cebreros, Denominación de Origen Protegida*. DOP Cebreros. <https://dopcebreros.com/>
- D.O.P Sierra de Salamanca. (2020). Denominación de Origen Protegida Sierra de Salamanca. *DO Sierra de Salamanca*. <https://www.dosierradesalamanca.es/>
- D.O.P. Vino de Calidad de los Valles de Benavente. (2023). *Vinos de Los Valles de Benavente*. Valles de Benavente. <http://vallesdebenavente.org/>
- Dos Santos, F. H., Oliveira Aguiar, A. L., & Fernandes, S. de B. (2022). Social success, life story and formation of a woman the rural. *Revista Brasileira De Educacao Do Campo-Brazilian Journal of Rural Education*, 7, e10644. <https://doi.org/10.20873/uft.rbec.e10644>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship. Practice and Principles*. PerfectBound. https://www.academia.edu/38623791/Innovation_and_entrepreneurship_Peter_F_Drucker
- Dulcos, M. (2021). La mujer y el vino: Un romance que sigue creciendo. *PanAm Post*. <https://panampost.com/marcelo-duclos/2021/01/08/mujer-vino-romance-creciendo/>
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349. <https://doi.org/10.1177/014920630302900304>
- Edmonds, W. A., & Kennedy, T. D. (2017). *An Applied Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781071802779>
- El Español. (2022, abril 15). Solo una de cada cinco mujeres es titular de una explotación vitivinícola en la Comunidad. *El Español*. https://www.elespanol.com/castilla-y-leon/region/20220415/solo-mujeres-titular-explotacion-vitivinicola-comunidad/665183541_0.html
- El Norte de Castilla. (2021, septiembre 3). La evaluación de la Junta señala que incumplió todos sus objetivos de la Agenda de Población 2010-2020. *El Norte de Castilla*. <https://www.elnortedecastilla.es/castillayleon/evaluacion-junta-senala-20210903195930-nt.html>

- Elam, A. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021/2022 Women's Entrepreneurship Report From Crisis to Opportunity*. GEM. <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>
- Espinosa, N., Adarme, J., & Chaparro, C. (2013). La mujer rural boyacense en una experiencia organizativa: Descripción y análisis desde el Trabajo Social. *Prospectiva*, 159. <https://doi.org/10.25100/prts.v0i17.1148>
- Europa Ciudadana. (2020). *El 40,2% de la población de la Unión Europea vive en ciudades y el 28% en zonas rurales – Foro Europa Ciudadana – Think tank independiente europeo*. <https://www.europaciudadana.org/el-402-de-la-poblacion-de-la-union-europea-vive-en-ciudades-y-el-28-en-zonas-rurales/>
- European Commission & Organisation for Economic Cooperation and Development. (2016). *Policy brief on women's entrepreneurship*. (p. 36). Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2767/50209>
- Eurostat. (2018). *Glosary: Eurostat Statistics Explained*. ec.europa.eu/eurostat. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Rural_area
- Eurostat, Comisión Europea, Dirección General de Política Regional y Urbana, & Dirección General de Agricultura y Desarrollo Regional. (2020). *Statistical Atlas*. Anuario regional de Eurostat 2020. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistical-atlas/gis/viewer/?mids=BKGCNT,C99M01,CNTOVL&o=1,1,0.7&ch=C04,TRC,TYP¢er=53.19452,23.91447,3&lcis=C99M01&>
- Facundo Vericat, G. (2011). *El libro rojo de las mujeres emprendedoras*. Libros de cabecera.
- Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales. (2023). *FADEMUR - Igualdad y progreso para las mujeres rurales*. Fademur. <https://fademur.es/fademur/>
- Fernández Laviada, A., Calvo, N., Samsami, M., Neira, I., Atrio, Y., & Barros, E. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2021-2022*. Observatorio del Emprendimiento de España. <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- Fernández Llera, R., & Murillo-García, E. (2020). *Las políticas de desarrollo regional en España* (pp. 83-119).
- Fetters, M. D., & Molina-Azorin, J. F. (2017). The Journal of Mixed Methods Research Starts a New Decade: The Mixed Methods Research Integration Trilogy and Its Dimensions. *Journal of Mixed Methods Research*, 11(3), 291-307. <https://doi.org/10.1177/1558689817714066>

- Flores, D., & Barros, M. de la O. (2011). La mujer en el turismo rural: Un análisis comparativo de género en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (comarca Noroocidental andaluza). *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 10, 39-69.
- Franco Rebollar, P., Guilló Girard, C., & Sánchez García, L. (2005). *Movimiento Asociativo de Mujeres y las Políticas Locales de Igualdad* (p. 45). Instituto de la Mujer.
- Galdeano Bienzobas, C., & Valiente Barderas, A. (2010). Competencias profesionales. *Educación química*, 21(1), 28-32.
- García Sanz, B. (2003). Características básicas del medio rural. En *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural* (pp. 553-575). Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/cap11_t1_tcm30-77409.pdf
- Gómez García, J. M., & Rico González, M. (2005). La mujer en el medio rural de Castilla y León: Diversificación sectorial y proceso de dinamización económica. *Estudios de Economía Aplicada*, 23(nº 2), 465-490.
- González Álvarez, N., García Ramos, C., De Godos Díez, J. L., Alonso Martínez, D., Holguín Galardón, L. G., Miguel, L. M., Matellán Pinilla, A., & Rivas Herrero, L. A. (2022). *Informe GEM Castilla y León 2021-2022* (Global Entrepreneurship Monitor, p. 88). Red GEM España. <https://www.gem-spain.com/informes-regionales/>
- González, J., & Wagenaar, R. (2003). *Tuning Educational Structures in Europe* (p. 340). Universidad de Deusto. https://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningEUI_Final-Report_SP.pdf
- González Leonardo, M., & López-Gay, A. (2019). Emigración y fuga de talento en Castilla y León. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 80(2612), 1-31. <https://doi.org/10.21138/bage.2612>
- Hagen, E. E. (1962). *How Economic Growth Begins: A Theory of Social Change*. Dorsey Press. <https://papers.ssrn.com/abstract=1505877>
- Hamilton, R. T., & Harper, D. A. (1994). The Entrepreneur in Theory and Practice. *Journal of Economic Studies*, 21(6), 3-18. <https://doi.org/10.1108/01443589410071391>
- Hecker, J. (2023). *ATLAS.ti* (Versión 23) [Software]. ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH. <https://atlasti.com/>

- Hender, V. (2017). Desarrollo de competencias emprendedoras en docentes de universidades públicas autónomas. *Encuentros*, 15(1), 133-146. <http://dx.doi.org/10.15665/re.v15i1.815>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Hoselitz, B. F. (1963). Entrepreneurship and Traditional Elites. *Explorations in Entrepreneurial History*, 1(1). <https://www.proquest.com/docview/1305254908/citation/3D5E44056B34471PQ/1>
- Hoz Rosales, B. de la. (2019). *Emprendimiento y desarrollo humano: Un análisis internacional desde el enfoque de capacidades humanas* [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/57741>
- Hurtado de Barrera, J. (2000). El proyecto de investigación: Metodología de la investigación holística. *SERBIULA (sistema Librum 2.0)*.
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2013). *Clasificación Internacional Normalizada de la Educación, CINE 2011*. UNESCO. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:a60265fe-7b79-4b8b-a615-ace845e3ed1c/cine2011esp.pdf>
- Instituto de las Mujeres. (2022). *III Plan Estratégico para la igualdad efectiva de mujeres y hombres 2022-2025*. Ministerio de Igualdad. <https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE1824.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística. (2020a). *INEbase / Mercado laboral / Actividad, ocupación y paro / Encuesta de población activa / Resultados*. INE. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=resultados&idp=1254735976595#!tabs-1254736195129
- Instituto Nacional de Estadística. (2020b). *Población por comunidades, edad (grupos quinquenales), Españoles, Sexo y Año*. INE. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=34964#!tabs-tabla>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Distribución de los municipios por comunidades y ciudades autónomas y tamaño de los municipios*. INE. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2851#!tabs-tabla>
- Instituto Nacional de Estadística. (2023). *INE. Instituto Nacional de Estadística*. INE. <https://ine.es/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). *Encuesta Nacional Agropecuaria*. <https://www.inegi.org.mx/temas/agricultura/>

- Instituto Nacional de las Cualificaciones. (2021). *Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales*. INCUAL. Ministerio de Educación y Formación Profesional. https://incual.educacion.gob.es/documents/35348/80300/CNCP_listadoQ.pdf
- ISO. (2015). *ISO 9000:2015(es) Sistemas de gestión de la calidad—Fundamentos y vocabulario*. <https://www.iso.org/>
- Jahan, S. (2016). *Informe sobre Desarrollo Humano 2015* (Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo). Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://www.undp.org/es/publications/informe-sobre-desarrollo-humano-2015>
- Jimena Medina, P. (2019). *Derechos economicos y sociales de las mujeres del medio rural. Una aproximación crítica* (p. 26). Fundación Mundubat y Confederación de Mujeres del Medio Rural. https://drive.google.com/file/d/1yClf_tJlaFEVf8wvimvoC-I1w8P-XZij/view
- Johnson, B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26. <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>
- Junta de Castilla y León. (2020). *Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2014/2020*. (Castilla y León; p. 877) [Text]. Autor. <https://agriculturaganaderia.jcyl.es/web/es/desarrollo-rural/programa-desarrollo-rural-castilla-leon.html>
- Junta de Castilla y León. (2021a). *Informe sobre el contexto actual del turismo rural en Castilla y León. Análisis cuantitativo y cualitativo* (Plan de Crecimiento Inteligente del Turismo Rural de Castilla y León, p. 77). Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León. https://www.turismocastillayleon.com/es/fondoseuropeosprtr.ficheros/225703-Anexo_I_PCITRCyL_AnalisisContextoActual.pdf
- Junta de Castilla y León. (2021b). *La Mujer en Cifras 2021* (Castilla y León; 16008; Plan estadístico de Castilla y León 2022-2025, p. 116). Consejería de Economía y Hacienda. <https://estadistica.jcyl.es/web/es/estadisticas-temas/mujer-cifras.html>
- Junta de Castilla y León. (2022). *Plan Estratégico para la Igualdad de Género 2022-2025* (p. 84). <https://familia.jcyl.es/web/es/mujer/agenda-igualdad-genero.html>
- Junta de Castilla y León. (2023a). *Encuesta de Población Activa. Cuarto trimestre 2022* (Castilla y León; p. 45) [Text]. Autor. <https://estadistica.jcyl.es/web/jcyl/Estadistica/es/Plantilla100Detalle/1284159001327/Noticia/1285238761921/Comunicacion>

- Junta de Castilla y León. (2018). *Premio «Emprendedoras Castilla y León Rural»* (Castilla y León). Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, Gerencia de Servicios Sociales, Dirección General de la Mujer; Junta de Castilla y León. <https://www.tramitacastillayleon.jcyl.es/web/jcyl/AdministracionElectronica/es/Plantilla100Detalle/1251181050732/Premio/1284815026078/Propuesta>
- Junta de Castilla y León. (2023b). *«Bono Concilia» a las familias de Castilla y León para la conciliación de la vida personal, familiar y laboral en el cuidado de menores de 0 a 3 años* (Castilla y León). Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, Gerencia de Servicios Sociales, Dirección General de Familias, Infancia y Atención a la Diversidad; Junta de Castilla y León. <https://www.tramitacastillayleon.jcyl.es/web/jcyl/AdministracionElectronica/es/Plantilla100Detalle/1251181050732/Ayuda012/1285289826301/Propuesta>
- Junta de Castilla y León. (2023c). *Red de Igualdad de Mujer Rural de Castilla y León* (Castilla y León). Familia, mujer, adicciones; Junta de Castilla y León. <https://familia.jcyl.es/web/es/mujer/igualdad-mujer-rural-castilla.html>
- Justo, R. (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras* [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid]. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/1811/5527_justo_rachida.pdf
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship* (SSRN Scholarly Paper 1496174). <https://papers.ssrn.com/abstract=1496174>
- Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Houghton Mifflin.
- Kwabena, N., & Simpeh, K. (2011). Entrepreneurship theories and Empirical research: A Summary Review of the Literature. *European Journal of Business and Management*, 3, 1-8.
- Landín Miranda, M. D. R., & Sánchez Trejo, S. I. (2019). The biographical-narrative method: A tool for educational research. *Educación*, 28(54), 227-242. <https://doi.org/10.18800/educacion.201901.011>
- Langreo Navarro, A. (2010). Las mujeres en el medio rural y en la agricultura. *Desarrollo rural y sostenible*, nº 4, 6-7.
- Lee, C. (2019). A Conceptual Synthesis Model of the Entrepreneurship and Entrepreneur with Perspectives of Job and Competence Model. *Small Business Research*, 41(1), 97-129.
- Leibenstein, H. (1966). Allocative Efficiency vs. «X-Efficiency». *The American Economic Review*, 56(3), 392-415.

- Lèvy-Leboyer, C. (1997). *Gestión de las competencias*. Gestión 2000. <https://cidseci.dgsc.go.cr/datos/Gestion%20de%20las%20competencias-Claude%20Levy.pdf>
- Ley 1/2003, de 3 de marzo, de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Castilla y León, (Boletín Oficial de Castilla y León núm. 46, de 7 de marzo de 2003).
- Ley 1/2011, de 1 de marzo, de evaluación del impacto de género en Castilla y León, (Boletín oficial de Castilla y León núm. 49, de 11 de marzo de 2011).
- Ley 1/2014, de 19 de marzo, Agraria de Castilla y León, (Boletín Oficial de Castilla y León núm. 55, de 20 de marzo de 2014).
- Ley 16/1983, de 24 de octubre, de creación del Organismo Autónomo Instituto de la Mujer, (Boletín Oficial del Estado núm. 256, de 26 de octubre de 1983).
- Ley 30/2003, de 13 de octubre, sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género en las disposiciones normativas que elabore el Gobierno, (Boletín Oficial del Estado núm. 246, de 14 de octubre de 2003).
- Ley 35/2011, de 4 de octubre, sobre titularidad compartida de las explotaciones agrarias, (Boletín Oficial del Estado núm. 240 de 5 de octubre de 2011).
- Ley 39/1999, de 5 de noviembre, para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras, (Boletín Oficial del Estado núm. 266, de 6 de noviembre de 1999).
- Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, (Boletín Oficial del Estado núm. 299, de 14 de diciembre de 2007).
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, (Boletín Oficial del Estado, núm. 71, de 23 de marzo de 2007).
- Ley Orgánica 4/1983, de 25 de febrero, de Estatuto de Autonomía de Castilla-León, (Boletín Oficial del Estado núm. 52, de 2 de marzo de 1983).
- Ley Orgánica 14/2007, de 30 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, (Boletín Oficial de Castilla y León n° 234, de 3 de diciembre de 2007).
- López del Paso, R., Becerra Benítez, F., Cebrino Casquero, F., Delgado Reina, C., Morilla García, F., Muñoz López, J. A., Díaz Montañez, M. R., Román Jobacho, M. L., & Pérez Guirado, J. A. (2019). *El sector agrario en Castilla y León* (p. 129). Analistas Económicos de Andalucía. https://www.analistaseconomicos.com/system/files/IAACyL2019_0.pdf

- López Gómez, E. (2016). En torno al concepto de competencia: Un análisis de fuentes. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 20(1), 311-322.
- López, M. (2023, mayo 16). Invisibles y resilientes: Las mujeres rurales frente a los desafíos del siglo XXI. *El Diario.es*. https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/palabras-clave/invisibles-resilientes-mujeres-rurales-frente-desafios-siglo-xxi_132_10208074.html
- López, T. (2017). Una sociedad tradicional para jóvenes modernas. Juventud rural y asociacionismo femenino en la España democrática. *Historia Contemporánea*, 1, 115-143. <https://doi.org/10.1387/hc.17580>
- Losada, J. L., & López-Real Ramil, R. (2003). *Métodos de investigación en ciencias humanas y sociales*. Thomson.
- Marshall, A. (1890). *Principios de economía*. Editorial Síntesis. <http://www.marcialpons.es/libros/principios-de-economia/9788497563529/>
- Martiarena Madrid, A. (2022). La agonía del medio rural en Castilla y León. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/politica/20220213/8050642/claves-pueblos-despoblacion-rural-castilla-leon-sanidad-educacion.html>
- Martín Gómez, Á., & Rivera Navarro, J. (2018). Envejecimiento y género: Investigación y evaluación de programas. *Revista Prisma Social*, 21, 219-242.
- Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation* (D. Webb, Ed.). <https://www.goodreads.com/book/show/13518096-hierarchy-of-needs>
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society* (SSRN Scholarly Paper 1496181). <https://papers.ssrn.com/abstract=1496181>
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for «intelligence». *American Psychologist*, 28(1), 1-14. <https://doi.org/10.1037/h0034092>
- Membriela-Pollán, M. (2016). *La Teoría del Capital Social*. Camiño Do Faro.
- Menudo, J. M., & Kean, J. M. (2005). La recepción de la obra de Jean-Baptiste Say en España: La teoría económica del empresario. *Revista de Historia Económica / Journal of Iberian and Latin American Economic History*, 23(01), 117-142.
- Millán-Vázquez de la Torre, M. G., Velasco-Portero, M. T., Ramírez-Sobrino, J. N., Millán-Vázquez de la Torre, M. G., Velasco-Portero, M. T., & Ramírez-Sobrino, J. N. (2017). El emprendimiento de la mujer rural española: Análisis de la brecha salarial. Una realidad difícil

- de solucionar. *Papeles de población*, 23(92), 151-183. <https://doi.org/10.22185/24487147.2017.92.016>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2003a). Castilla y León. En *El Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural* (pp. 471-479). Centro de Publicaciones de la Secretaría General Técnica. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/cap04_09_t3_tcm30-102681.pdf
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2003b). El papel de la juventud y la mujer en la agricultura y el medio rural. En *El Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural*. Centro de Publicaciones de la Secretaría General Técnica. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/cap03_t1_tcm30-77401.pdf
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021). *Informe anual de indicadores. Agricultura, pesca y alimentación 2020* (p. 370). Autor. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/informe_anual_indicadores_mapa_2020_tcm30-582517.pdf
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2023a). *El Plan Estratégico de la Política Agrícola Común 2023-2027*. Política Agrícola Común (PAC). <https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2023b). *Política Agraria Común*. Política Agrícola Común (PAC). <https://www.mapa.gob.es/es/pac/>
- Ministerio de Ciencia e Innovación. (2023). *Horizonte Europa: Nuevo Programa Marco de la UE*. Horizonte Europa. <https://www.horizonteuropa.es/que-es>
- Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. (2023). *TodoFP*. <https://www.todofp.es/inicio.html>
- Ministerio de Educación y Formación Profesional. (2023). *Certificados Profesionales*. TodoFP.es. <https://www.todofp.es/que-estudiar/certificados-profesionalidad.html>
- Mira Solves, I., Holguín Galarón, G., Matellán Pinilla, A., & Fernández Laviada, Ana. (2021). *Actividad emprendedora en el medio rural. Análisis de situación con datos GEM 2019-2021* (p. 72). Observatorio del Emprendimiento de España. https://www.uco.es/docencia_derecho/index.php/RAYDEM/article/viewFile/135/pdf_25
- Miraño Casaú, P. (2020). *Estudio del emprendimiento femenino desde una perspectiva competencial en la ciudad de Lorca tras los terremotos de 2011* [Tesis Doctoral, Universidad de Murcia].

<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/102665/1/TESIS%20PIEDAD%20MI%20c3%91ARRO%20imprensa.pdf>

Modino Díez, J. M., & Pardo Fanjul, A. (2020). Despoblación, envejecimiento y políticas sociales en Castilla y León. *Revista Galega de Economía*, 29(2), Article 2. <https://doi.org/10.15304/rge.29.2.6959>

Mohanty, S. K. (2009). *Fundamentals of entrepreneurship*. PHI Learning Private Limited.

Molina de la Torre, I. (2012). *Medio rural y Ordenación del Territorio en Castilla y León. Evolución y principios para una política de ordenación territorial en las áreas rurales de Castilla y León*. Fundación Perspectivas de Castilla y León. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5059.1845>

Molinero Hernando, F. (2022). Caracterización, representación cartográfica y perspectivas del espacio rural de España. En *La España Rural: Retos y oportunidades de futuro* (pp. 19-44). Cajamar Caja Rural.

Montalvao, J., Frese, M., Goldstein, M., & Kilic, T. (2017). *Soft Skills for Hard Constraints: Evidence from High-Achieving Female Farmers* [Working Paper]. World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-8095>

Montenegro, D. (2019). *La mujer rural, clave para el desarrollo del campo y la seguridad alimentaria*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <https://www.iica.int/es/prensa/noticias/la-mujer-rural-clave-para-el-desarrollo-del-campo-y-la-seguridad-alimentaria>

Morcillo Casas, V. (2018). *La mujer rural en el mundo del vino. Itinerarios formativo-laborales a partir de un análisis en las bodegas adscritas a las D.O. Ribera del Duero y Rueda* [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Valladolid]. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/32823>

Moreno Mínguez, A. (2003). La situación laboral de la mujer rural de Castilla y León y Extremadura: Un análisis sociológico. *Acciones e investigaciones sociales*, 17, 109-153.

Mulder, M. (Ed.). (2017). *Competence-based Vocational and Professional Education: Bridging the Worlds of Work and Education* (Vol. 23). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-41713-4>

Muñiz Terra, L., Frassa, J., & Bidauri, M. de la P. (2018). Hacia un encuentro de reflexividades: La entrevista biográfica como interludio del proceso de investigación social. En *¿Condenados a la reflexividad?: Apuntes para repensar el proceso de investigación social* (pp. 120-146). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. <https://doi.org/10.2307/j.ctvn5tzjw>

- Murciano Sánchez, M. J., Martín García, I., & González Lagarejos, B. (2021). *Estudio mujer rural: El futuro se escribe en femenino II* (003210330; p. 79). Red Española de Desarrollo Rural. <https://cpage.mpr.gob.es/producto/estudio-mujer-rural/>
- Murphy, P., Liao, J., & Welsch, H. (2005). A Conceptual History of Entrepreneurial Thought. *Patrick J. Murphy*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.818604>
- Naciones Unidas. (1976). *Informe de la conferencia mundial del año internacional de la mujer. México, D.F., 19 de junio a 2 de julio de 1975* (E/CONF.66/34). <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N76/353/99/PDF/N7635399.pdf?OpenElement>
- Naciones Unidas. (1980). *Informe de la conferencia mundial del decenio de las Naciones Unidas para la mujer: Igualdad, desarrollo y Paz. Copenhague, 14 a 30 de julio de 1989* (A/CONF.94/35). <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N80/211/46/PDF/N8021146.pdf?OpenElement>
- Naciones Unidas. (1986). *Informe de la conferencia mundial para el examen y la evaluación de los logros del decenio de las Naciones Unidas para la mujer: Igualdad, desarrollo y paz. Nairobi, 15 a 26 de julio de 1985* (A/CONF.116/28/Rev.1). <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N85/380/39/PDF/N8538039.pdf?OpenElement>
- Naciones Unidas. (1992). *Declaración de Ginebra sobre las Mujeres Rurales*. https://digitallibrary.un.org/record/146515/files/A_47_308_E_1992_97-ES.pdf
- Naciones Unidas. (1996). *Informe de la cuarta conferencia mundial sobre la mujer. Beijing, 4 a 15 de septiembre de 1995* (A/CONF.177/20/Rev.1). <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N96/273/04/PDF/N9627304.pdf?OpenElement>
- Naciones Unidas. (2021). *Junta Ejecutiva de la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres. Plan Estratégico para 2022-2025* (UNW/2021/6). <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N21/186/25/PDF/N2118625.pdf?OpenElement>
- Nicolás Martínez, C., García Pina, C., Manzanares Gutiérrez, Á., & Riquelme Perea, P. J. (2021). LEADER una política para la dinamización del emprendimiento rural femenino en Murcia. *Convergencia*, 28, 1405-1435. <https://doi.org/10.29101/crcs.v28i0.16533>
- Núñez Moscoso, J. (2017). Los métodos mixtos en la investigación en educación: Hacia un uso reflexivo. *Cadernos de Pesquisa*, 47, 632-649. <https://doi.org/10.1590/198053143763>

- Observatorio del Emprendimiento de España. (2021). *Emprendimiento de mujeres en España. Análisis con datos GEM 2020* (p. 81). Observatorio del Emprendimiento de España. <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- Observatorio del Emprendimiento de España. (2022). *Emprendedoras rurales en España. Análisis con datos GEM 2021-2022* (p. 85). Observatorio del Emprendimiento de España. <https://www.gem-spain.com/informes-especiales/>
- Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León. (2013). *Estudio del sector vitivinícola en Castilla y León*. Junta de Castilla y León. <https://castillayleon.ccoo.es/9bf2b577111bd424fd3bc69e4a930da4000054.pdf>
- OECD. (2005). *The definition and selection of key competencies (DeSeCo)* (p. 20). Organización para la cooperación y el desarrollo económico. <https://www.oecd.org/pisa/definition-selection-key-competencies-summary.pdf>
- Olaz Capitán, Á. José. (2018). *Guía práctica para el diseño*. ESIC.
- Omunur. (2023). *Nuevas tecnologías y empleo para la mujer rural | Beneficios*. <https://omunur.com/nuevas-tecnologias-empleo-mujer-rural/>
- ONU: Asamblea General. (1948). *Declaración Universal de Derechos Humanos* (217A). <https://www.refworld.org/es/docid/47a080e32.html>
- ONU: Asamblea General. (1979). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. <https://www.refworld.org/es/docid/5bf30d844.html>
- Orden TES/1121/2021, de 11 de octubre, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas, destinadas a la financiación del «Programa de Apoyo a mujeres en los ámbitos rural y urbano», en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, (Boletín Oficial del Estado núm. 248, de 16 de octubre de 2021).
- Organisation for Economic Co-operation and Development (Ed.). (1994). *Creating rural indicators for shaping territorial policy*. Organisation for Economic Co-operation and Development; OECD Publications and Information Centre [distributor].
- Organización internacional de la viña y el vino. (2014). *Estadísticas vitivinícolas mundiales 2013-2014*. Autor. <https://www.oiv.int/public/medias/6291/oiv-estad-sticas-vitivin-colas-mundiales-2013-2014-es.pdf>

- Organización Internacional del Trabajo. (2010). *¿Un negocio de mujeres rurales es un buen negocio!* (3; Género y empleo rural, p. 4). Autor. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_176252.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2012). *Mejorar los sistemas de aprendizaje informal* (Competencias para el empleo. Orientaciones de política, p. 8). Oficina Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@ifp_skills/documents/publication/wcms_180572.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2003). *La definición y selección de competencias clave* (p. 20) [Resumen ejecutivo]. OCDE. <https://www.deseco.ch/bfs/deseco/en/index/03/02.parsys.78532.downloadList.94248.DownloadFile.tmp/2005.dscecutive.summary.sp.pdf>
- Ortíz García, P., & Olaz Capitán, Á. (2016). El emprendimiento de la mujer desde las competencias. Aspectos teóricos y planteamiento metodológico. En *Mujer y emprendimiento desde una perspectiva competencial*. Aranzadi.
- Ortiz García, P., Olaz Capitán, Á., & Juan. (2016). *Mujer y emprendimiento desde una perspectiva competencial* (Prima edición). Thomson Reuters Aranzadi.
- Othman, N., Rahman, R. S. A. R. A., & Kamaruddin, H. (2022). Competences of Rural Women Entrepreneurs and Their Quality of Life. *Sustainability*, 14(16), 10143. <https://doi.org/10.3390/su141610143>
- Paín, A. (1992). *Educación Informal. El potencial educativo de las situaciones cotidianas*. Ediciones Nueva Visión. https://eva.fcs.udelar.edu.uy/pluginfile.php/55635/mod_resource/content/1/Educaci%C3%B3n%20Informal.pdf
- Papanek, G. F. (1962). The Development of Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 52(2), 46-58.
- Parlamento Europeo. (1957). *Tratado de Roma. Tratado Constitutivo de la comunidad Económica Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/teec/sign>
- Parlamento Europeo. (1992). *Tratado de Maastricht. Tratado de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:11992M/TXT>
- Parlamento Europeo. (1997). *Tratado de Amsterdam por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea, los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas y determinados actos conexos*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:11997D/TXT>

- Parlamento Europeo. (2009). *Tratado de Lisboa*. <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/es/powers-and-procedures/the-lisbon-treaty>
- Patino-Alonso, M.-C., Vicente-Galindo, M.-P., Galindo-Villardón, M.-P., & Vicente-Villardón, J.-L. (2016). Multivariate profile of women who work in rural settings in Salamanca, Spain. *Journal of Sociology*, 52(4), 806-823. <https://doi.org/10.1177/1440783315594485>
- Patiño, M. (2013). Mujer y Turismo rural: ¿Opción u obligación? *Revista de Desarrollo rural y cooperativismo agrario*, 195-206.
- Pereda Marín, S., Berrocal Berrocal, F., & Alonso García, M. A. (2011). *Técnicas de gestión de recursos humanos por competencias* (3ªed.). Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Pérez Cabrera, A. M., Tallón Fernández, M. D., Rodríguez Gutiérrez, P., & Guerrero-Baena, M. D. (2017). Estudio de la mujer emprendedora: El medio rural como oportunidad. *RA & DEM: Revista de Administración y Dirección de empresas*, 1, 12.
- Pérez Pérez, I. (2018). Mujeres rurales emprendedoras, detonadoras de desarrollo económico: Binomio colaboración—Empoderamiento. *3C Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 7(2), 26-43. <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070234.26-4>
- Portela, J. F., & Domínguez, M. J. V. (2020). Las rutas del vino como motores de dinamización socio-territorial: El caso de Castilla y León. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 84, 1-36. <https://doi.org/10.21138/bage.2789>
- Puértolas, E. (2020). La mujer rural se presenta en Fitur como garantía del turismo sostenible. *diariodelaltoaragon.es*. <https://www.diariodelaltoaragon.es/noticias/aragon/2020/01/25/la-mujer-rural-se-presenta-en-fitur-como-garantia-del-turismo-sostenible-1194292-daa.html>
- Pujadas Muñoz, J. José. (2002). *El método biográfico: El uso de las historias de vida en ciencias sociales* (2a. ed). Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Qualificalia Analytics. (2023). *Proyecto HERMES*. <https://qualificalia.com/projects/proyecto-hermes/>
- Quintanilla Barba, C. (2011). *Rural women in Europe*. Committee on Equal Opportunities for women and men. <http://www.assembly.coe.int/CommitteeDocs/2010/aegadoc422010.pdf>
- Real Academia Española. (2021). Vitivinicultura. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/vitivinicultura>
- Real Academia Española. (1732). *Diccionario de Autoridades (1726-1739)*. Diccionario histórico de la lengua. <https://apps2.rae.es/DA.html>

Real Decreto 40/2017, de 27 de enero, por el que se crea el Comisionado del Gobierno frente al Reto Demográfico y se regula su régimen de funcionamiento, (Boletín Oficial del Estado núm. 24, de 28 de enero de 2017).

Real Decreto 272/2022, de 12 de abril, por el que se establece el Marco Español de Cualificaciones para el Aprendizaje Permanente, (Boletín Oficial del Estado núm. 109, de 7 de mayo de 2022).

Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, (Boletín Oficial del Estado núm. 223, de 17 de septiembre de 2003).

Recomendación del Consejo de 16 de junio de 2022 relativa a un enfoque europeo de las microcredenciales para el aprendizaje permanente y la empleabilidad, 394 (Diario Oficial de la Unión Europea C 243/10, de 27.6.2022). [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32022H0627\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32022H0627(02))

Recomendación del Consejo de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente, (Diario Oficial de la Unión Europea C 189/1, de 4.6.2018). [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32018H0604(01))

Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente, (Diario Oficial de la Unión Europea L 394/10, de 30.12.2006). <http://data.europa.eu/eli/reco/2006/962/oj/spa>

Red Rural Nacional. (2020). *Leader: Más impulso al medio rural*. Red Rural Nacional. <https://www.redruralnacional.es/leader>

Reglamento (UE) n.º 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y por el que se establecen disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y se deroga el Reglamento (CE) n.º 1083/2006 del Consejo, (Diario Oficial de la Unión Europea L 347/320, 20 de diciembre de 2013). <http://data.europa.eu/eli/reg/2013/1303/oj>

Reglamento (UE) n.º 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo

- Rural (FEADER) y por el que se deroga el Reglamento (CE) n° 1698/2005 del Consejo, (Diario Oficial de la Unión Europea L 347/487, de 20 de diciembre de 2013). <http://data.europa.eu/eli/reg/2013/1305/oj>
- Reig Martínez, E., Goerlich Gisbert, F. J., & Cantarino Martí, I. (2016). *Delimitación de áreas rurales y urbanas a nivel local. Demografía, coberturas del suelo y accesibilidad* (978-84-92937-64-6). Fundación BBVA. https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE_2016_IVIE_delimitacion_areas_rurales.pdf
- Rey, A. del, Cebrián, M., & Ortega, J. A. (2009). Despoblamiento y envejecimiento en Castilla y León durante el siglo XX: Análisis a través de la emigración femenina y la pérdida de nacimientos. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 8, 113-149.
- Ricardo, D. (1911). *The principles of political economy and taxation*. Dent & Sons.
- Rico, M. (2007). *La mujer y su relevancia en el proceso de desarrollo rural español* (p. 40). Observatorio de Legislación y Apoyo a los Sectores Agrario, Pesquero y Alimentario. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/mujer_rural_tcm30-103410.pdf
- Ríos Cubas, V. (2008). ¿Cómo identificar competencias en el mundo profesional? *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 1(1), 47-51.
- Rivera Kempis, C. (2011). ¿De qué hablamos cuando hablamos de entrepreneurship? *Cuadernos Unimetanos*, 26, 11-16.
- Robredo Valgañón, B., Ladrera Fernández, R., Guadalupe Mínguez, Z., Martínez Lapuente, L., & Ayestarán Iturbe, B. (2022). Enseñanza-aprendizaje en torno al vino. *Jornadas de Innovación Docente UR-CRIE 2022: #InnovaDocenteUR: Libro de resúmenes*, 52-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8679559>
- Rodríguez Díaz, M. T., & Urbiola Solís, A. E. (2019). Capital Social y Emprendimiento: Reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 11-27.
- Rodríguez Gómez, G., García Jiménez, E., & Gil Flores, J. (2005). *Metodología de la investigación cualitativa*. Aljibe.
- Romans, A. (2021). Mujer, emprendedora y rural: El reto que persiste. *Ethic*. <https://ethic.es/2021/10/mujeres-emprendedoras-mundo-rural-coral/>
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80, 1-28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>

- Ruiz Navarro, J., Camelo Ordaz, C., & Coduras Martínez, A. (2012). Mujer y desafío emprendedor en España: Características y determinantes. *Economía industrial*, 383, 13-22.
- Sabaté Martínez, A. (1992). *Las mujeres en el medio rural*. Instituto de la Mujer.
- Sabaté Martínez, A. (2018). ¿Qué significa ser mujer en zonas rurales? *Fubem. Ecosocial*, 7.
- Sabater Fernández, C. (2018). La mujer emprendedora: Identidad profesional y factores culturales de género. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>
- Sala, A., Punie, Y., Garkov, V., & Cabrera, M. (2020). *LifeComp: The European Framework for personal, social and learning to learn key competence*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/302967>
- Sánchez, M. J. (2018). *Mujeres emprendedoras en el medio rural*. Acción contra el hambre. <https://www.accioncontraelhambre.org/es/te-contamos/blog-testimonios/mujeres-emprendedoras-en-el-medio-rural>
- Sánchez-Muros, S. P., & Jiménez Rodrigo, M. L. (2013). Mujeres rurales y participación social: Análisis del asociacionismo femenino en la provincia de Granada (España). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 223-242.
- Sancho Comíns, J., & Reinoso Moreno, D. (2012). La delimitación del ámbito rural: Una cuestión clave en los programas de desarrollo rural. *Estudios Geográficos*, 73(273), 599-624. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.201221>
- Sanghi, S. (2016). *The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations*. SAGE Publications India. <https://doi.org/10.4135/9789353280352>
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*. Editorial de la Universidad de la Plata.
- Schumpeter, J. (1935). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*. Fondo de cultura económica.
- Sear, R. (2020). Do human «life history strategies» exist? *Evolution and Human Behavior*, 41(6), 513-526. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2020.09.004>
- Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, & Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. (2015). *Plan para la promoción de las mujeres en el medio rural (2015-2018)* (p. 38). Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. <http://www.igualdadgenerofondos>

comunitarios.es/Documentos/documentacion/doc_igualdad/plan_mujeres_medio_rural_15_18.pdf

- Sevillano García, M. L., Brazuelo Grund, F., & Gallego Gil, D. J. (2009). Competencias para el uso de herramientas virtuales en la vida, trabajo y formación permanentes. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 14(2), 211-214.
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1992). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23-46. <https://doi.org/10.1177/104225879201600204>
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. Wiley.
- Sphinx iQ3* (8.61). (2023). [Software]. Le Sphinx Iberoamérica S.L. <https://www.lesphinx.es/>
- Stevenson, H., & Harmeling, S. (1990). Entrepreneurial management's need for a more "chaotic" theory. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 1-14. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90022-L)
- Tarapuez Chamorro, E., Zapata Erazo, J. A., & Agreda Montenegro, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83-98.
- Teran-Yepez, E., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista ESPACIOS*, 41(07). <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Trías de Bes, F. (2012). *El libro negro del emprendedor: No digas que nunca te lo advertieron* (9a edición). Empresa Activa.
- Unión de Campesinos Castilla y León. (2023). Iniciativa Social de Mujeres Rurales de Castilla y León. *ISMUR CYL*. <https://www.uniondecampesinos.com/ismur-cyl/>
- United Nations. (2012). *Report of the United Nations Conference on Sustainable Development. Rio de Janeiro, Brazil. 20-22 June 2012* (p. 92). Autor.
- Universidad de León. (2023). *Universidad de León*. <https://www.unileon.es/>
- Universidad de Salamanca. (2023). *Universidad de Salamanca*. USAL. <https://www.usal.es/>
- Universidad de Valladolid. (2023). *Universidad de Valladolid*. <https://www.uva.es/>
- Veciana Vergés, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 8(3), 11-36.

- Vega, I., & San José, E. (2022, febrero 9). La población de los municipios pequeños y rurales en España crece casi un 10% de media en los últimos 25 años. *El País*. <https://elpais.com/espana/2022-02-09/la-poblacion-de-los-municipios-pequenos-y-rurales-en-espana-crece-casi-un-10-de-media-en-los-ultimos-25-anos.html>
- Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Management Letters / Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-150. <https://doi.org/10.5295/cdg.100271rv>
- Veschi, B. (2023). *Etimología. Origen de la Palabra*. Origen de la Palabra. <https://etimologia.com/>
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization* (1 ed.). Oxford University Press.
- Webscolar. (2017). *Las competencias de Tuning*. <https://www.webscolar.com/las-competencias-de-tuning>
- Weigel, T., Mulder, M., & Collins, K. (2007). The concept of competence in the development of vocational education and training in selected EU member states. *Journal of Vocational Education & Training*, 59(1), 53-66. <https://doi.org/10.1080/13636820601145549>
- World Economic Forum. (2020a). *The Future of Jobs Report 2020* (p. 163). World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/in-full/infographics-e4e69e4de7/>
- World Economic Forum. (2020b). *Unleashing the power of Europe's women entrepreneurs: Six ideas to drive big change* (p. 10). Autor. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Unleashing_the_power_of_Europes_women_entrepreneurs.pdf

Apéndices

Apéndice 1

Infografía de presentación



VERÓNICA MORCILLO

Membro del Grupo de Investigación Reconocido Q-ESE e Investigadora en el Observatorio de la Validación de Competencias Profesionales (Observal) de la Universidad de Valladolid

De familia manchega dedicada al sector vitivinícola. Mi sueño es transmitir esta pasión y dar visibilidad a las mujeres que siempre han estado presentes en este sector.

Desde la Universidad de Valladolid queremos dar respuesta a la necesidad de empoderar y dar visibilidad a este colectivo. Todas las mujeres tenemos nuestro tiempo libre limitado, lo que nos repercute en dificultades para acceder a un puesto de trabajo que esté lejos de nuestro hogar. El trabajo que realizamos denominado oculto o invisible se debe principalmente a dos razones: por un lado, el peso que los negocios familiares tienen en el medio rural, donde las mujeres trabajan normalmente como "ayuda familiar". Y, por otro lado, la baja cualificación vinculada a la diversificación del mercado laboral rural.

Es por ello que estoy trabajando en un proyecto de investigación sobre **mujeres rurales emprendedoras en el sector vitivinícola de Castilla y León**, cuyo contexto son las 13 comarcas vitivinícolas de la Comunidad Autónoma, haciendo especial referencia a aquellas mujeres que son consideradas rurales por haber nacido, vivido o, de algún modo, haber estado relacionadas con estos territorios.

¿Cuántas mujeres han emprendido en el sector vitivinícola de Castilla y León?



Comarca	Hombres	Mujeres
Ribera del Duero	~250	~220
Bierzo	~100	~100
Toro	~100	~100
Rueda	~100	~100
Tierra de León	~100	~100
Cigales	~50	~50
Cebreños	~50	~50
Arlanza	~50	~50
Arribes	~50	~50
Tierra del Vino de Zamora	~50	~50
Valtiendas	~50	~50
Sierra de Salamanca	~50	~50
Valles de Benavente	~50	~50

Teniendo en cuenta las cifras presentadas, la idea de este estudio es hacer un análisis de las mujeres rurales emprendedoras en Castilla y León con la esperanza de poder trazar las bases para fomentar el emprendimiento en el medio rural pero,

¿Qué necesitan las mujeres para emprender?

Es aquí donde necesitamos su ayuda

Como mujeres amantes del vino y lideresas de bodegas, les invitamos a participar mediante la realización de una **encuesta** y, si es posible, más adelante, la elaboración de su **historia de vida**. Todos los datos obtenidos nos servirán para reflexionar e identificar cuáles son las competencias necesarias para que las mujeres puedan dedicarse y/o emprender en el mundo del vino.

Agradeciéndoles enormemente su interés y colaboración, recibirán el cuestionario en los próximos días.

El tiempo aproximado para responder la encuesta será de 10 minutos.

Toda la información será tratada con la confidencialidad que requiere. La Universidad de Valladolid desarrolla una política activa de protección de datos personales de acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y el Reglamento (UE) 2018/679 Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). Más información en [Política de privacidad](#) | [Secretaría General](#) | [Luvases](#)





+34 983186389
+34 618866703



EDIFICIO LUCIA
Campus Miguel Delibes
Paseo de Belén, 19 47011
Valladolid



veronica.morcillo@uva.es



Verónica Morcillo Casas

Apéndice 2

Cuestionario

Mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola de Castilla y León

Desde la Universidad de Valladolid le invitamos a participar en una investigación cuyo objetivo principal es plantear una propuesta de empoderamiento para las mujeres rurales con el fin de capacitarles y ofrecerles las competencias transversales necesarias para mejorar su empleabilidad y, posiblemente, su emprendimiento. Este cuestionario está diseñado para obtener información sobre la experiencia personal, académica y profesional de las mujeres rurales emprendedoras en el sector vitivinícola de Castilla y León. ¿Qué necesitan las mujeres para emprender en el medio rural? Teniendo en cuenta sus talentos, habilidades, características personales y competencias transversales que han utilizado de cara al emprendimiento, será usted quien ayude a trazar las bases de esa propuesta. Será un trabajo hecho por y para mujeres rurales.

El tiempo aproximado para responder el cuestionario es de 15 minutos. Toda la información será tratada con la confidencialidad que requiere por lo que puede responder a cada una de las preguntas con seguridad. El cuestionario es totalmente anónimo y los datos que proporcione serán utilizados únicamente para dicha investigación. La Universidad de Valladolid desarrolla una política activa de protección de datos personales de acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y el Reglamento (UE) 2016/679 Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) (Más información en Política de privacidad | Secretaría General (<https://secretariageneral.uva.es/competencias/proteccion-de-datos/politica-privacidad/>)).

Le agradecemos enormemente su interés y participación en el estudio.

Sección I: IDENTIFICACIÓN

1. Soy propietaria de...

- Bodega
- Viñedo
- Ambos

2. ¿A qué sello de calidad pertenece su bodega y/o viñedo?:

- D.O. Ribera del Duero
- D.O. Ribera del Duero
- D.O. Toro
- D.O. Cigales
- D.O. Arlanza
- D.O. Arribes
- D.O. Bierzo
- D.O. Tierra del Vino de Zamora
- V.C. Cebreros
- V.C. Valtiendas
- V.C. Sierra de Salamanca Ribera del Duero
- V.C. Valles de Benavente
- Otra:

Sección II: DATOS BIOGRÁFICOS

3. Fecha de nacimiento (dd/mm/aaa):

4. Lugar de nacimiento:

5. Estado civil

- Soltera

- Casada
- Separada/divorciada
- Viuda
- Otro:

6. ¿Tiene hijos y/o hijas?

- Si
- No

Sección III: RASGOS DE PERSONALIDAD

7. ¿Cómo se define? De los siguientes rasgos de personalidad, marque un número del 1 al 5 teniendo en cuenta que 1 significa poco y 5 mucho:

- | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| • Tengo sentido del humor | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy creativa | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy coherente | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy resiliente | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy leal | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy noble | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy original | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy servicial | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy persistente | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Tengo perspectiva de futuro | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Soy perseverante | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |

- Soy observadora 1 2 3 4 5
- Soy prudente 1 2 3 4 5
- Tengo fortaleza 1 2 3 4 5
- Soy una persona íntegra 1 2 3 4 5
- Tengo iniciativa 1 2 3 4 5
- Tengo pensamiento crítico 1 2 3 4 5
- Soy inteligente 1 2 3 4 5
- Soy detallista 1 2 3 4 5
- Soy expresiva 1 2 3 4 5
- Tengo imaginación 1 2 3 4 5
- Tengo determinación 1 2 3 4 5
- Soy humilde 1 2 3 4 5
- Soy versátil 1 2 3 4 5
- Soy valiente 1 2 3 4 5
- Soy optimista 1 2 3 4 5
- Soy lideresa 1 2 3 4 5

Sección IV: FORMACIÓN

9. ¿Cuál es su nivel de formación académica completado?

- Sin estudios
- Educación primaria
- Educación Secundaria Obligatoria
- Bachillerato

Formación Profesional (FP) Titulación:

Grado o Licenciatura. Titulación:

Máster Universitario. Titulación:

Doctorado

10. ¿Ha realizado cursos de formación específicos para emprender

Sí

No

11. ¿Sobre qué temática?

Recursos y herramientas para el emprendimiento

Fundamentos financieros

Marketing

Competencias digitales

Economía

Legislación

Redes sociales

Contabilidad

Comercio electrónico

Otra:

12. ¿Los cursos realizados le han ayudado a dirigir su negocio? Marque del 1 al 5 teniendo en cuenta que 1 significa poco y 5 mucho.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

13. Las experiencias de su día a día le han ayudado a emprender? Marque del 1 al 5 teniendo en cuenta que 1 significa poco y 5 mucho.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

Sección V: INFORMACIÓN LABORAL

14. ¿En qué año empezó a emprender?

15. ¿Por qué razón/es decidió emprender? Marque las respuestas que correspondan:

- Por tradición familiar
- Para conseguir objetivos profesionales
- Para aprovechar y poner en práctica mis habilidades
- Para desarrollar una actividad económica fuera de los modelos tradicionales
- Por pasión por el sector del vino
- Otra:

16. ¿Tiene en su familia antecedentes de emprendimiento femenino?

- Si
- No

17. Actualmente, aparte de la gerencia ¿realiza otras tareas en el sector? Marque las opciones que considere:

- Administrativo
- Enología

Dirección comercial

Dirección técnica

Exportación

Dirección comercial

18. ¿Ha tenido apoyo en su proceso emprendedor?

Si

No

19. ¿Qué tipo de apoyo ha recibido? Marque aquellas que correspondan:

Formativo

Económico y/o material

Asesoramiento

Emocional

Otro:

20. Considerando su trayectoria, ¿en qué aspectos ha encontrado más obstáculos para emprender?

Financiación

Conciliación familiar y laboral

Viabilidad del Proyecto

Búsqueda de un equipo adecuado

Trámites burocráticos

Otro:

Sección VI: COMPETENCIAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

El término competencia es un conjunto de saberes y conocimientos que integran el saber ser y hacer y el querer y saber actuar. Podemos definir las competencias transversales como aquellas habilidades que desarrollamos de manera personal y que son esenciales en el ámbito profesional para transformar un conocimiento en comportamiento.

21. ¿Cuáles de las siguientes competencias transversales considera que presenta de cara al emprendimiento llevado a cabo? Marque un número del 1 al 5 teniendo en cuenta que 1 significa su escaso desarrollo y 5 su alto nivel de desarrollo de la competencia enunciada.

- | | | | | | |
|----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| • Enfrentar a la incertidumbre | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Trabajar con eficiencia | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Adaptarse al cambio | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Planificar las acciones | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Comunicar las ideas | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Gestionar el conocimiento | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Orientarse al objetivo | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Tener una dedicación | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Cumplir el compromiso | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Tener la convicción | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Seguir la norma | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Perseverar en la tarea | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Motivar a otros | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Cooperar con el plan | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Fomentar el espíritu de equipo | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| • Apoyar al compañero/a | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |

- Gestionar conflictos 1 2 3 4 5
- Dirigir personas 1 2 3 4 5
- Generar consenso 1 2 3 4 5
- Negociar acuerdos 1 2 3 4 5
- Proponer la iniciativa 1 2 3 4 5
- Impulsar la solidaridad 1 2 3 4 5
- Gestionar los recursos 1 2 3 4 5
- Estar comprometida 1 2 3 4 5
- Gestionar cambios 1 2 3 4 5
- Buscar la sostenibilidad 1 2 3 4 5
- Identificar la oportunidad 1 2 3 4 5
- Respetar los valores 1 2 3 4 5
- Tener la consideración 1 2 3 4 5
- Promover la ecuanimidad 1 2 3 4 5
- Tomar decisiones 1 2 3 4 5
- Producir la mejora continua 1 2 3 4 5
- Resolver problemas 1 2 3 4 5
- Diseñar estrategias 1 2 3 4 5
- Emprender una idea 1 2 3 4 5
- Promover la innovación 1 2 3 4 5

22. ¿Hay alguna otra competencia que no aparezca en el listado anterior y crea que es necesaria para emprender? En caso afirmativo, especifique cual:

Sección VII: HABILIDADES

23. ¿En qué nivel tiene desarrolladas las siguientes habilidades? Marque un número del 1 al 5 teniendo en cuenta que 1 significa su escaso desarrollo y 5 su alto nivel de desarrollo de la habilidad enunciada:

- LINGÜÍSTICA: lenguaje oral, escritura o gestualidad 1 2 3 4 5
- LÓGICO-MATEMÁTICA: razonar de manera lógica y resolver problemas 1 2 3 4 5
- INTERPERSONAL: interactuar con los demás de manera eficiente. Ser capaz de entender, empatizar y comunicarse apropiadamente. 1 2 3 4 5
- CREATIVA: fluidez, flexibilidad y originalidad para abordar diferentes situaciones y producir ideas 1 2 3 4 5
- MUSICAL: reconocer y componer tonos y ritmos musicales con talento 1 2 3 4 5
- COLABORATIVA: elegir la mejor opción para alcanzar una determinada meta trabajando en equipo. 1 2 3 4 5
- EXISENCIAL: situarse así mismo con respecto al cosmos y los rasgos existenciales de la condición humana. 1 2 3 4 5
- CORPORAL: utilizar el propio cuerpo y la coordinación de movimientos 1 2 3 4 5
- INTRAPERSONAL: entenderse a sí mismo, pensamientos y emociones, así como regular su propio comportamiento 1 2 3 4 5
- EMOCIONAL: autoconocimiento y autocontrol emocional, automotivación, empatía y habilidades sociales. 1 2 3 4 5
- ESPACIAL: razonamiento espacial, imaginación, observación del mundo desde diferentes perspectivas. 1 2 3 4 5
- NATURALISTA: distinguir, ordenar, clasificar, comprender y utilizar elementos del medio ambiente (objetos, animales o plantas) 1 2 3 4 5

Sección VIII: NECESIDADES DE LAS MUJERES RURALES EMPRENDEDORAS

En este último apartado se pretende conocer qué necesidades tiene como mujer emprendedora en el medio rural. ¿Vivir en el medio rural tiene inconvenientes para crecer profesionalmente y emprender? O, por el contrario, ¿tiene todas sus necesidades cubiertas?

Abraham Maslow, un reconocido psicólogo humanista, expuso que nuestras acciones nacen de la motivación dirigida hacia el objetivo de cubrir ciertas necesidades, las cuales pueden ser ordenadas según la importancia que tienen para nuestro bienestar.



Teniendo en cuenta las necesidades que propone ¿Cuáles tiene cubiertas usted?

Autorrealización

Reconocimiento

Pertenencia

Seguridad

Biológicas

Apéndice 3

Folleto díptico para la recogida de datos

UVa

MUJERES RURALES EMPREDEDORAS EN EL SECTOR VITIVINICOLA DE CASTILLA Y LEÓN

Tesis Doctoral



UVa

Desde la Universidad de Valladolid le invitamos a participar en una investigación sobre mujeres rurales emprendedoras en el sector vitivinícola de Castilla y León.

El objetivo principal de este estudio es identificar cuáles son las características, competencias y habilidades necesarias para que las mujeres rurales puedan convertirse en líderes de sus propios proyectos.

Solamente tiene que responder al siguiente cuestionario
El tiempo aproximado que tardará en responder es de 10-15 minutos.



Agradecemos enormemente su interés y participación en el estudio.

Toda la información será tratada con la confidencialidad que merece por lo que puede responder a cada una de las preguntas con seguridad. El cuestionario es totalmente anónimo y los datos que proporcione serán utilizados únicamente para dicho investigación.
La Universidad de Valladolid desarrolla una política activa de protección de datos personales de acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, y el Reglamento (UE) 2016/679 (Reglamento General de Protección de Datos - RGPD).
[Más información en Política de privacidad | Secretaría General
<https://secretariageneral.uva.es/competencias/proteccion-de-datos/politica-privacidad/>]

CONTACTO



+34 983186389



veronica.morillo@uva.es
luis.carro@uva.es
claudiamar.cela.moller@uva.es



FACULTAD DE EDUCACIÓN Y TRABAJO SOCIAL
EDIFICIO LUCIA
Campus Miguel Delibes
Paseo de Belén, 19 47011
Valladolid

Apéndice 4

Guion orientativo para la entrevista biográfica

INFANCIA Y FAMILIA

- Nombre, fecha y lugar de nacimiento
- Describa su hogar, vecindario y lugar en el que creció
- Cuente sobre sus padres. Comparta algunos recuerdos que tenga de ellos.
- ¿Tiene hermanos?

- ¿Qué tradiciones familiares recuerda?
- Comparta algunos recuerdos que tenga sobre sus abuelos. ¿Vivían cerca de usted? Si es así, ¿cuánto estaban involucrados en su vida?

EDUCACIÓN

- ¿A qué escuela asistió?
- ¿Cómo fue su experiencia en la escuela?

- Si realizó estudios universitarios o vocacionales, ¿qué estudió? ¿qué recuerdos tiene de esos años?

SOBRE SU VIDA

- Indica tres personas con las que más relación tengas
- Comparte algunos eventos o experiencias significativas de su vida que le hayan llevado a estar donde está hoy y explique qué efectos han tenido en usted.
- ¿Cuáles son algunos de los desafíos que ha tenido que enfrentar?

- ¿Por qué cosa en particular le gustaría ser recordada? ¿Qué legado personal le gustaría dejar?
- ¿Qué cosas le causan temor?
- ¿Qué hace en su tiempo libre?

CARACTERÍSTICAS PERSONALES

- ¿Cómo describiría su personalidad?

- ¿Cuáles considera que son sus fortalezas y sus debilidades?
- ¿Qué valores personales son importantes para usted?
- ¿Tiene algún talento?

PROFESIÓN Y EMPRENDIMIENTO

- ¿Por qué decidió dedicarse al mundo del vino?

- ¿Cuáles fueron sus motivaciones para emprender?
- ¿Qué empleos tuvo a lo largo de su vida? ¿Tuvo alguna experiencia memorable en estos puestos de trabajo que le llevaran a emprender?
- ¿Ha tenido obstáculos en su proceso emprendedor?

- ¿Qué es para ti el emprendimiento?
- ¿Cómo se puede fomentar el emprendimiento de las mujeres en el medio rural?

Apéndice 5

Declaración de protección de datos

Por la presente, le hago partícipe del estudio que desde la Universidad de Valladolid se está realizando bajo el título: *Mujeres Rurales y Emprendimiento en el Sector Vitivinícola de Castilla y León*. La idea principal es hacer un análisis de las mujeres rurales emprendedoras en Castilla y León, con la esperanza de poder trazar las bases para fomentar el emprendimiento en el medio rural de la región. En este caso, el proceso de recopilación y tratamiento de la información será desarrollado por D^a. VERÓNICA MORCILLO CASAS, autora de la tesis doctoral en curso.

Para poder alcanzar los objetivos del estudio es necesario realizar una entrevista que dará lugar a la elaboración de la historia de vida de la participante y la transcripción de dicha entrevista será contenido susceptible de ser publicado.

Toda la información recopilada a lo largo del proceso será tratada con las exigencias requeridas por la legislación vigente en relación con la protección de datos. La Universidad de Valladolid desarrolla una política activa de protección de datos personales de acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y el Reglamento (UE) 2016/679 Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

Es por ello por lo que, Dña. _____,
con DNI _____, manifiesta que:

1. He leído y comprendido toda la información señalada en esta declaración.
2. He sido informada de los objetivos principales de la actividad desarrollada.
3. He ido informada de que los resultados obtenidos de las entrevistas serán difundidos en la tesis doctoral a modo de repositorio, consignando el código identificativo elegido por el entrevistado.
4. He sido informada de que los resultados de esta experiencia serán protegidos con las garantías que establece la legislación vigente.
5. He sido informada de que la interesada puede negar su permiso a la publicación del contenido de la entrevista.

Apéndice 6

Dimensiones, categorías y códigos para el análisis

Dimensión I. Categorías relacionadas con los datos demográficos

Categorías	Subcategorías	Código
Fecha de nacimiento		1_F_Nac
Lugar de nacimiento	Medio rural	1_L_Nacr
	Medio urbano	1_L_Nacu
Estado civil	Soltera	1_EC_S
	Casada	1_EC_C
	Separada/divorciada	1_EC_D
	Pareja de hecho	1_EC_P
Hijos	Viuda	1_EC_V
	Tiene hijos	1_H
	No tiene hijos	1_NH

Dimensión II. Categorías relacionadas con la formación

Categorías	Código
Formal	2_EF
No formal	2_ENF
Informal	2_EI

Dimensión III. Categorías relacionadas con el emprendimiento

Categorías	Subcategorías	Código
Razones del emprendimiento	Tradición familiar	3_RAZ_TF
	Consecución de objetivos profesionales	3_RAZ_OP
	Puesta en práctica de sus habilidades	3_RAZ_PH
	Pasión por el sector	3_RAZ_PS
	Desarrollo de una actividad económica fuera de los modelos tradicionales.	3_RAZ_MT
Antecedentes de emprendimiento femenino en la familia	Tiene antecedentes de emprendimiento femenino en la familia	3_ANT_FEM
	No tiene antecedentes de emprendimiento femenino en la familia	3_NOANT_FEM
Otras tareas realizadas	Administrativo	3_TAR_AD
	Enología	3_TAR_ENO
	Labores de campo	3_TAR_IC
	Dirección comercial	3_TAR_DC
	Dirección técnica	3_TAR_DT
	Exportación	3_TAR_EX
Apoyos para emprender	Formativo	3_APO_F
	Económico	3_APO_E
	Asesoramiento	3_APO_A
	Emocional	3_APO_EM
Obstáculos para emprender	Financiación	3_OBS_FIN
	Conciliación familiar y laboral	3_OBS_CFL
	Viabilidad del proyecto	3_OBS_VP
	Búsqueda de un equipo adecuado	3_OBS_EQA

Categorías	Subcategorías	Código
	Trámites burocráticos	3_OBS_TB

Dimensión IV. Categorías relacionadas con los rasgos de personalidad

Categorías	Código
Sentido del humor	4_RP_HUM
Creatividad	4_RP_CREAT
Coherencia	4_RP_COH
Resiliencia	4_RP_RES
Lealtad	4_RP_LE
Nobleza	4_RP_NOB
Original	4_RP_ORG
Servicial	4_RP_SERV
Persistencia	4_RP_PERS
Perspectiva	4_RP_PERSP
Perseverancia	4_RP_PERSE
Observación	4_RP_OBS
Prudencia	4_RP_PRUD
Fortaleza	4_RP_FORT
Integridad	4_RP_INT
Iniciativa	4_RP_INI
Pensamiento crítico	4_RP_PC
Inteligencia	4_RP_INT
Detalle	4_RP_DET
Expresión	4_RP_EXP
Imaginación	4_RP_IMAG
Determinación	4_RP_DET
Humildad	4_RP_HUM
Versatilidad	4_RP_VERS
Valentía	4_RP_VAL
Optimismo	4_RP_OPT
Líder	4_RP_LID

Dimensión V. Categorías relacionadas con las competencias transversales

Categorías	Código
Enfrentar la incertidumbre	5_CT_EI
Trabajar con eficiencia	5_CT_TE
Adaptarse al cambio	5_CT_AC
Planificar las acciones	5_CT_PA
Comunicar las ideas	5_CT_CI
Gestionar el conocimiento	5_CT_GC
Orientarse al objetivo	5_CT_OO
Tener una dedicación	5_CT_TD
Cumplir el compromiso	5_CT_CC
Tener la convicción	5_CT_TC
Seguir la norma	5_CT_SN
Perseverar en la tarea	5_CT_PT
Motivar a otros	5_CT_MO
Cooperar con el plan	5_CT_CP

Categorías	Código
Fomentar el espíritu de equipo	5_CT_FEE
Apoyar al/a compañero/a	5_CT_AC
Gestionar conflictos	5_CT_GC
Dirigir personas	5_CT_DP
Generar consenso	5_CT_GC
Negociar acuerdos	5_CT_NA
Proponer la iniciativa	5_CT_PI
Impulsar la solidaridad	5_CT_IS
Gestionar los recursos	5_CT_GR
Estar comprometida	5_CT_EC
Gestionar cambios	5_CT_GC
Buscar la sostenibilidad	5_CT_BS
Identificar la oportunidad	5_CT_IO
Respetar los valores	5_CT_RV
Tener la consideración	5_CT_TCONS
Promover la ecuanimidad	5_CT_PECUA
Tomar decisiones	5_CT_TDECS
Producir la mejora continua	5_CT_PMC
Resolver problemas	5_CT_RPROB
Diseñar estrategias	5_CT_DESTR
Emprender una idea	5_CT_EIDE
Promover la innovación	5_CT_PINNO

Dimensión VI. Categorías relacionadas con las habilidades

Categorías	Código
Lingüística	6_H_LIN
Lógico-matemática	6_H_LOG
Interpersonal	6_H_INTER
Creativa	6_H_CREA
Musical	6_H_MUSI
Colaborativa	6_H_COLA
Existencial	6_H_EXIST
Corporal	6_H_CORP
Intrapersonal	6_H_INTRA
Emocional	6_H_EMOC
Espacial	6_H_ESPAC
Naturalista	6_H_NATUR

Dimensión VII. Categorías relacionadas con las necesidades de las mujeres emprendedoras

Categorías	Código
Autorrealización	7_NE_AUTO
Reconocimiento	7_NE_RECO
Pertenencia	7_NE_PERT
Seguridad	7_NE_SEGU
Biológicas	7_NE_BIOL

Apéndice 7

Relatos de vida

Apéndice 7.1: Alba

Orígenes

Su padre, nacido en Roa en 1961, y su madre, nacida en Castrillo de Don Juan en 1963, siempre han sido personas muy emprendedoras desde muy jóvenes. Por un lado, su madre estableció una cooperativa textil junto a las chicas de su pueblo a al darse cuenta de que muchas mujeres jóvenes no tenían empleo. Por otro lado, su padre comenzó a trabajar en el sector de la madera a los 14 años. En 1989, se empezó a hablar de la Ribera del Duero y tanto su padre como su abuelo se dedicaron a traer planta a la región. Actuaban como intermediarios entre los viveristas y los viticultores interesados en plantar. Durante ese tiempo, también adquirieron tierras y plantaron las plantas sobrantes. Así fue como se adentraron en el mundo de la viticultura. Comenzaron con una pequeña parcela y, gradualmente, han llegado a poseer las 40 hectáreas que tienen en la actualidad. No tenían absolutamente nada, empezaron de cero y poco a poco fueron adquiriendo y plantando lo que hoy tienen. En 2005 sus padres decidieron fundar la bodega.

En relación con su origen, Alba destaca mucho el papel que sus abuelas han tenido en su vida. Una vivía en Roa y la otra en el pueblo de su madre. Ambas han sido mujeres emprendedoras. De hecho, dedica un vino a las mujeres rurales y en especial a sus abuelas, a su madre y a sus tías. Su abuela fue la segunda mujer del pueblo en emigrar. En un noviembre de los años 50 emigró a Suiza, en alpargatas y sin saber dónde iba. Fue una mujer muy valiente. No tenía un carácter muy fuerte pero siempre fue muy decidida y cree que toda la familia ha sacado mucho de ella. Cuando regresó, compró dos pequeñas tierras y con eso sacó adelante a toda la familia. Por otro lado, estaba su abuela Cruz. Ella viajó a Bilbao porque en el mundo rural no había hueco para las mujeres, únicamente en el campo, pero ni siquiera se les daba el título de agricultoras. En palabras de Alba: *“si en el pueblo preguntas qué era mi abuelo, te contestan que era agricultor, pero si preguntas qué era mi abuela, siempre contestan que trabajaba en el campo, y yo les contesto: ¡pero si hacían lo mismo!”*.

En cuanto a sus tíos, todos le han marcado de alguna manera. Su tía Tere siguió con la cooperativa textil y al final tomó la decisión de seguir por su cuenta. En casa tiene un taller y aunque ella vive en un pueblo muy pequeño, le hacen encargos desde toda España. Le parece increíble cómo alguien sin estudios y sin salir del pueblo ha llegado tan lejos. Su tío Julio, hermano de su padre, tiene otra bodega en el pueblo. Él le ha enseñado mucho sobre el mundo del vino.

Por último, su tío Santiago, su bodeguero, de quien aprendió todo cuando asumió el control de la bodega y del que hablará más adelante, ha sido una persona muy importante en su vida.

Primeras etapas de la vida

Alba nació en Roa el 7 de agosto de 1992 y allí vivió hasta los 18 años. Tanto el colegio como el instituto al que asistió eran públicos y guarda buenos recuerdos de sus clases. Disfrutaba mucho en el colegio y siempre fue muy responsable. Además, su infancia estuvo estrechamente ligada a sus hermanas. Tiene dos hermanas menores. Aunque recuerda haber peleado más con la mediana, su relación con ambas es muy buena. Se apoyan mutuamente y siempre están ahí la una para la otra. Ella, desde pequeña, siempre ha sido la hermana que resuelve los problemas.

Vivían a las afueras del pueblo y pasaban mucho tiempo jugando en su casa de campo. Recuerda muchas reuniones familiares. Son una familia muy numerosa, con muchos primos y tíos por ambas partes, y considera que los mejores recuerdos son de esas reuniones familiares en las que todos estaban juntos. Realizaban muchas excursiones al campo, a esquiar, a visitar castillos, entre otras actividades.

Cuando tenía 7 años, su abuelo paterno fallece. En general, en la familia hay muchos casos de enfermedades raras y muertes prematuras, lo que les ha enseñado a aprovechar el tiempo y no dar las cosas por sentado.

Asistió al Colegio Público Cardenal Cisneros de la localidad y era una estudiante muy aplicada. Su materia favorita siempre fue matemáticas. Aunque es cierto que un profesor le hizo creer que no era buena en esa materia. Después, en el instituto comenzó a disfrutar de la filosofía. Al principio le pareció extremadamente difícil, pero con el tiempo le empezó a gustar. Según ella, la lógica filosófica tiene mucho en común con las matemáticas y de ahí su interés en la filosofía. En cambio, inglés no le gustaba nada. El hecho de tener que memorizar los verbos irregulares sin seguir ninguna regla y sin sentido no le agradaba. Necesitaba que las cosas tuvieran alguna relación para poder entenderlas.

Su familia es atea. Fue de las primeras niñas en el colegio en no ir a las clases de religión. Cuando preguntó a sus padres por qué no iba a hacer la comunión, ellos le explicaron que sus compañeros creían en Dios mientras que ellos no. Una anécdota importante al respecto fue una conversación con sus padres en la que le preguntaron por qué sus amigos querían hacer la comunión. Con 9 años, ella respondió que era porque les regalaban cosas. La respuesta de sus padres fue: *“bueno, pues vosotras vais a tener por regalo una parcelita para cada una, en la que vamos a tener que trabajar y todo lo recaudado se va a guardar para vuestros estudios en la Universidad”*. De hecho, celebraron una especie de “comunión” a su manera. Les compraron un vestido blanco y ese día hacían alguna

excursión en familia. A toda la familia les gusta mucho viajar y sus padres le han inculcado el gusto por la arquitectura. Por eso, ella siempre dice que sin ser cristiana ni católica ha estado en más iglesias que probablemente aquellos que lo sean.

En cuanto a la amistad, experimentó situaciones sociales negativas a los 12 años, pero realmente no le preocupaba ya que lo que quería era que la dejaran tranquila, prefería estar sola y confiaba en que la situación se resolvería por sí misma. Aún conserva algunas amigas de la infancia, aunque fueron pocas las que se quedaron en el pueblo. Cuando fueron a la universidad, cada una se fue a un lugar distinto y los caminos se separaron. Aunque siguen en contacto, ya no es el mismo nivel de relación que cuando estaban en el colegio. Sin embargo, sigue manteniendo a su mejor amiga desde la adolescencia y sigue siéndolo, aunque ella viva en Vitoria. A pesar de la distancia, la relación sigue intacta porque tienen muchas cosas en común.

Todo lo relacionado con el campo fue parte de su infancia. Cuando iban a trabajar al campo, ella y sus hermanas contaban cuánto les pagarían. Al regresar a casa, su madre les decía: “*de lo que has ganado, vamos a descontar los gastos de la comida*”. Cuando iban a vendimiar, sus padres les decían que el resto del equipo debía tenerlas como referencia en cuanto a velocidad. Si ellas disminuían la velocidad, el resto también lo hacía, por lo que ellas debían liderar. Siempre debían ir al frente y, a veces, era agotador porque estaban muy cansadas. Estos ejemplos le enseñaron qué significa trabajar, aprender a valorar las cosas y comprender el esfuerzo necesario para conseguirlas.

Los primeros pasos hacia el emprendimiento

Como se ha señalado anteriormente, desde pequeña, sus padres han relacionado ir a trabajar al campo con la universidad. Todo lo que trabajaban en el campo era para luego poder ir a la universidad, por lo que desde muy temprana edad sabía que iría allí. En el año 2010 inicia sus estudios de Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Salamanca. Le parecía una carrera que abarcaba diversos aspectos y que podía ser muy útil en diferentes campos. Siempre buscaba adquirir el máximo conocimiento posible. En las clases se abordaban diversos temas y, sobre todo, le permitían explorar en qué faceta se destacaba más. Por ejemplo, las habilidades sociales siempre se le han dado bien, aunque es cierto que cuando era más joven era muy tímida y tenía mucho miedo al ridículo. La universidad le ayudó bastante en ese aspecto.

Realizó sus prácticas en Caja Rural de Salamanca y la contrataron, por lo que durante el último año de carrera compaginó el trabajo y los estudios. Allí trabajó cara al público, por lo que tenía que desenvolverse con facilidad. De hecho, cree que la contrataron por eso, porque ella no tenía la mejor calificación entre las personas que realizaban las prácticas, pero sí tenía muy buenas

habilidades sociales, una gran capacidad de empatía y algo muy importante: hablaba sonriendo. Permaneció allí trabajando durante dos años.

Su tarea allí era la de vender y la verdad es que no era muy buena. Para ella no era fácil vender un producto que ni siquiera ella misma consideraba necesario. Cuando su contrato llegó a su fin, decidió no renovarlo porque sentía que no era su lugar. Regresó a su pueblo y comenzó a considerar si debía trabajar en la bodega de sus padres. En ese momento uno de sus tíos murió y sintió la necesidad de alejarse del pueblo, ya que había un ambiente muy triste, cargado y pesado en la familia. Decidió irse a Burgos y consiguió un trabajo en Caja Rural de Burgos. Fue un año de mucho estrés, trabajaba muchas horas, lo que hizo que comenzara a sentirse mal emocional y físicamente. No tenía ganas de hacer nada y sufría dolor de estómago constantemente. Lo dejó todo y, al mes y medio, sufrió un infarto. Los médicos le dijeron que tenía los niveles de cortisol y colesterol muy altos. Probablemente, lo último se debía a una predisposición genética, ya que su abuelo murió de un infarto a los 58 años. En ese momento, decidió que tenía que empezar a cuidarse y cambiar su estilo de vida. Cuando dejó su trabajo en la Caja Rural de Burgos, su madre comenzó a decirle que necesitaban a alguien para encargarse de la bodega.

Decide empezar a trabajar en la bodega y lo primero que hace es estructurar sus tareas. Inicialmente, sus responsabilidades estaban relacionadas con la contabilidad y las ventas. El año 2017 fue terrible en términos vitícolas debido a una severa helada que afectó al 30% de la cosecha. Aceptó todas las tareas relacionadas con la documentación y el control, lo cual supuso una gran carga y, además, empezó a interesarse por el proceso de elaboración del vino, los aromas, los tostados y las barricas. En el año 2018 le permitieron elaborar el vino de autor, que es considerado el mejor vino. En 2019 elaboró su vino principal y en 2020 se vio obligada a realizar la vendimia ella misma, ya que la enfermedad de su tío (quien solía encargarse de la bodega) estaba muy avanzada. Ese año asumió todas las tareas junto a su hermana y lograron sacar adelante todo el trabajo. No tenían a ningún otro empleado ni ningún modelo a seguir. Le hubiera gustado aprender más de su tío.

Era un año difícil debido a la falta de personal por la pandemia, estaban asustados porque se avecinaba lluvia y debían de recibir la uva muy rápido. Además, su madre no podía estar allí porque acompañaba a su tío en el hospital. En ese momento tuvo un ataque de pánico y ansiedad al pensar: “¿qué estoy haciendo? Lo voy a hacer mal”. Aunque pudo superar esa situación rápidamente, lo pasó muy mal en ese momento. Sentía una gran presión porque no entendía completamente el proceso. Es una persona que se exige mucho debido a la responsabilidad que tiene, ya que la bodega tiene que funcionar y es el sustento de toda su familia. No podía permitirse

fallar. Con ayuda de un chico que trabajaba con ellos en la bodega pudo salir de ese mal ciclo. Desde entonces no ha vuelto a experimentar esa situación porque ha ganado confianza en sí misma, ha elaborado más veces y sabe cómo hacerlo.

El año 2021 fue muy bueno. Trabajó en perfecta sintonía con su padre, sin sentir estrés, tenían un horario establecido y cumplían con lo acordado. Su padre normalmente iba al campo con el tractor y coordinaba los remolques de uva, mientras ella recibía esos remolques en la bodega. En noviembre de ese mismo año, a su padre le da un ictus y ella tiene que hacerse cargo también del campo que son las tareas que corresponden a sus padres. Esos meses también fueron de mucho trabajo, pero lograron sacar todo adelante.

Ese mismo año decidió realizar el máster de enología, viticultura y cata profesional. Decidió estudiar este máster porque le preocupaba no tener un título que respaldara su labor como enóloga. Aunque muchos enólogos y bodegueros reconocidos en la Ribera del Duero y probablemente en toda España no cuentan con ningún tipo de formación académica en el área.

Durante los últimos años ha estado involucrada en todos los procesos que se llevan a cabo en la bodega, desde la viticultura hasta la gestión de pedidos en línea, las redes sociales y la contabilidad. Reconoce que hay áreas en las que necesita ayuda y debe recurrir a alguien más, pero en general se organiza muy bien. En el año 2022 comenzó a interesarse por otras formas de obtener ingresos. Compró un piso y transformó en un apartamento rural. Muchas personas que visitan la bodega siempre preguntaban por opciones de alojamiento. El enoturismo atrae a grupos de 2, 4 o 6 personas y su apartamento es perfecto para satisfacer esta demanda. Vio la oportunidad y tuvo claro el negocio que podría hacer. Tanto ella como su pareja trabajan los fines de semana, por lo que utilizan la vivienda durante los días laborales y los fines de semana la alquilan.

Durante los fines de semana, suele realizar catas en diferentes lugares para acercar el mundo del vino a la gente. Además, ofrece talleres de gin-tonics, mojitos y cócteles elaborados con vino. Fuera de la bodega, realiza catas de diversos tipos de vino y de todas las denominaciones de origen. Recibe a muchas personas que les gusta el vino y desean probar cosas nuevas, aprender y descubrir. Le agrada especialmente la cantidad de mujeres que asisten. Durante las catas se esfuerza por explicar de manera sencilla aspectos importantes sobre el vino para que sea accesible para todo el mundo. Una de las cosas que más le gusta de su trabajo es que la gente aprende junto a ella. Cree que su fortaleza radica en el hecho de que no proviene de la enología pura, por lo que comprende lo difícil que puede ser entender las cosas cuando se explican de manera muy técnica. Por, se esfuerza en que todo el mundo comprenda, explicando las cosas de forma clara, sencilla y directa, evitando el uso de tecnicismos y hablando de manera que el mundo del vino no parezca

complicado. Este tipo de actividades las realiza aproximadamente cada 10-15 días y para ella representan una fuente de ingresos adicional. Su madre siempre ha dicho que ella nunca pasaría hambre, ya que busca formas creativas de ganar dinero. Considera que es importante ser versátil y tener habilidades en diversos ámbitos. Lo que ella denomina ser “todóloga”.

Principales apoyos

Con su madre tiene una relación muy especial. En cada idea que ella ha tenido para el proyecto, su madre siempre le ha apoyado. Siempre que ha preguntado a su madre si cree que sería capaz de hacer algo, la respuesta ha sido afirmativa. Su madre ha superado varias enfermedades y eso las ha unido aún más. Sin duda, la relación que más influye en su ámbito laboral es la de sus padres, ya que sin su apoyo no habría comenzado en ese camino ni se habría metido en los desafíos en los que está inmersa.

Su pareja también es alguien fundamental en su vida. Lo conoció por casualidad a través de las redes sociales en 2017. Han sido amigos durante cinco años, pero nunca lograron coincidir. Él vive en Salamanca y cada vez que iba allí él estaba trabajando. Sin embargo, este año tuvieron la oportunidad de reencontrarse. Él también es muy emprendedor, muy entusiasta y lleno de vitalidad. En su trabajo, él la apoya mucho y ambos se admiran mutuamente, lo cual considera fundamental en una relación.

Reflexiones posteriores a la experiencia emprendedora

Se considera una persona muy entusiasta, algo que le ha ayudado mucho durante su proceso emprendedor. Define su profesión como entusiasta, a ella le resulta indiferente lo que se le presente, ya que podría dedicarse a mil cosas. Es precisamente eso lo que la caracteriza, su determinación para avanzar con entusiasmo y dedicación en todo lo que emprende. Es muy optimista y tiene la habilidad de detectar oportunidades con claridad.

Un punto débil que posee es que a veces intenta abarcar demasiado y se sobrecarga con múltiples responsabilidades. Es cierto que las asume voluntariamente debido a su deseo y entusiasmo, pero en ocasiones le resulta difícil detenerse y no logra gestionar adecuadamente el estrés y la frustración.

Con su experiencia como emprendedora se ha dado cuenta de que las mujeres tienen un mayor temor al fracaso en comparación con los hombres. Son más reticentes al riesgo y parece que los fracasos de los hombres son más perdonados que los de una mujer. Por esta razón, ellas se enfrentan con un mayor miedo y necesitan tener una visión muy clara antes de emprender. Tienden a analizar cada paso y no se lanzan hasta estar seguras completamente. En contraste, los

hombres suelen tener una idea y aunque no estén seguros, se aventuran a emprender. Señala que sería muy beneficioso potenciar el aprovechamiento de su buen instinto, pues a menudo piensan que necesitan la aprobación de alguien para tomar decisiones. En palabras textuales de Alba: *“es importante que nos demos cuenta y creamos en nuestras capacidades. Pienso que muchas veces necesitamos el respaldo de alguien, su aprobación y la necesidad de que nos digan que sí somos capaces de hacer algo. En el caso de los hombres, se da por hecho que son emprendedores y que es bueno para los negocios. No pasa lo mismo en el caso de las mujeres. Parece que solo tenemos cualidades de secretaria y contable y que necesitamos siempre que nos digan lo que tenemos que hacer y muchas veces eso se traduce en que nos digan si podemos hacerlo”*.

La mujer en el mundo del vino es un fenómeno relativamente reciente. En las catas, resulta llamativo que ella sea tan joven, considerando que la mayoría de los asistentes suelen ser hombres de alrededor de 60 años. La presencia femenina es aún escasa, pero está aumentando gradualmente. Sin embargo, en comparación con la generación anterior, muchas mujeres carecen de formación, lo cual supone un obstáculo para los hombres al ingresar en una bodega, pero sí para las mujeres. A los hombres no se les exige ser enólogos, pero a las mujeres sí. Esta disparidad genera una brecha significativa, ya que los hombres suelen considerarse cualificados, incluso sin poseer la formación adecuada, mientras que las mujeres necesitan contar con un título y, aun así, suelen comenzar como becarias.

Sugerencias para fomentar el emprendimiento en el medio rural

Señala que en España existen carencias en la formación. Para emprender, además de conocimientos, se necesita poseer ciertas características que en unas ocasiones son innatas y en otras se tienen que potenciar y desarrollar. La protagonista considera crucial trabajar estas características para emprender. En palabras de Alba: *“El sistema educativo se centra en ser muy específico en la formación cuando el mundo rural, el emprendimiento y, en general, el sector laboral en España busca individuos que puedan desempeñar diversas tareas, que posean capacidad e interés por el aprendizaje y la adaptación. La capacidad de adaptación es una habilidad que se puede trabajar y desarrollar, aunque se piense que es innata. Lo mismo ocurre con las habilidades sociales. Estas habilidades no se abordan en absoluto al estudiar una cualificación, a pesar de ser fundamentales para trabajar en cualquier equipo. Si los miembros de un equipo no han desarrollado habilidades sociales, la comunicación será deficiente, se generarán roces entre las personas y se crearán tensiones”*.

Durante su etapa universitaria, Alba era extremadamente tímida y le resultaba muy difícil hablar en público. A pesar de ello, se ofrecía voluntaria para hablar en representación de su grupo de clase. Su mentalidad era clara: debía aprender a desenvolverse en público, ya que de lo contrario sería una carga para el resto de su vida. Ahora, hablar en público no supone un problema para ella. Gracias a su dedicación y esfuerzo, ha desarrollado una pasión por hablar en público.

Además, insiste que en España no tiene sentido especializarse completamente en una sola materia. Se necesita gente que sepa hacer de todo. Nunca contrataría únicamente a un enólogo, ya que probablemente no tendría trabajo para él durante todo el año. Solo tendría ocupación durante la vendimia y algunos días específicos. Necesita a alguien que pueda realizar una variedad de tareas y que sea versátil, alguien que sepa hacer un poco de todo.

Apéndice 7.2: Olga

Orígenes

Olga es hija de un marinero y una asistenta del hogar. Tanto sus tíos como sus abuelos han sido marineros. Prácticamente toda su familia ha trabajado en el mar, por lo que su vinculación con el medio rural es posterior, no tiene vínculo con su familia.

Primeras etapas de la vida

Olga nació el 23 de diciembre de 1983 en un pueblo pequeño situado en las Rías Baixas. Tiene un hermano mayor y ambos se han criado en un hogar de clase media con dificultades económicas.

Define su infancia como normal y corriente, como la de cualquier niña que nace en una familia sin mucho poder adquisitivo. Siempre ha estudiado con becas y si no hubiera sido por esa ayuda no hubiera podido hacerlo. Ha estudiado en colegios, instituto y universidad pública.

Los primeros pasos hacia el emprendimiento

No ha tenido una relación muy estrecha con el campo hasta que decidió emprender sus estudios. Decidió estudiar Ingeniería Técnica Agrícola, sin tener una vocación definida. Tenía una nota de selectividad muy alta y podía elegir la gran mayoría de carreras y decidió estudiar eso porque le gustaba el aire libre y las plantas. No había nada más que la vinculara a esos estudios. De hecho, cuando los comenzó, no estaba convencida porque no le gustaba mucho, pero no se atrevió a dejarla por el esfuerzo que estaban haciendo sus padres. Ellos siempre le animaron a que estudiara lo que quisiera y ese fue el motivo por el que continuó con sus estudios. En el segundo año eligió cursar una asignatura de viticultura y comenzó a tener interés por el mundo del vino. Su especialidad era hortofruticultura y jardinería enfocada al paisajismo y al diseño de jardines, algo que nunca ejerció. Esto no tenía nada que ver con la vitivinicultura, por lo que decidió cursar unos estudios superiores de enología. Buscó donde podía ir a estudiar y tuvo la opción de ir a la Universidad Rovira i Virgili en Tarragona o a la Universidad Politécnica de Madrid para hacer un máster sobre viticultura y enología. Muchos profesores le recomendaron este último máster en Madrid por ser muy reconocido. Es por eso por lo que decidió irse a Madrid.

Aunque su trayectoria siempre la hizo inclinarse por las ciencias, también le gustaban mucho las letras, especialmente la lectura y la música.

En Madrid, ella trabajaba y estudiaba a la vez. Ese año hizo su primera vendimia en una bodega de allí y también trabajó como sumiller en una tienda de vinos. Fue en ese momento cuando descubrió que el vino era su verdadera vocación. Le gustaba mucho trabajar como sumiller e incluso pensó que su carrera podría ir por ese camino, pero llegó un momento en el que decidió que realmente quería trabajar en bodegas.

Después de tomar esa decisión, decidió irse a Chile a hacer una vendimia. Se fue porque la tienda donde trabajaba como sumiller le facilitó regresar a su trabajo una vez que volviera de su viaje. Siempre había dependido de sus trabajos y si no le hubieran brindado esa facilidad, no habría podido hacerlo. Siempre tuvo esa necesidad económica que le había hecho depender de sus empleos. Después de la vendimia en Chile, volvió a trabajar en la tienda. Luego, se le presentó la oportunidad de irse a Cataluña a trabajar en una bodega ubicada en una zona muy rural. Allí pasó dos años trabajando como enóloga bajo la supervisión de otro enólogo. Hacía un poco de todo, allí era bodeguera, enóloga, viticultura... Aprendió muchísimo. Después de dos años allí, regresó a Madrid para trabajar nuevamente como sumiller en la tienda de vinos. Estuvo allí por un tiempo hasta que decidió irse a Nueva Zelanda a hacer otra vendimia. Después de su regreso, se le presentó la oportunidad de irse al Bierzo. En 2013 recibió una oferta de trabajo en una bodega y hasta hoy, aún mantiene vínculo con ella. Allí también comenzó como enóloga bajo la supervisión de otro enólogo. En 2014 comenzó a encargarse de toda la parte técnica, la enología, el viñedo y la bodega, incluso participaba en la parte comercial. Poco a poco asumió más responsabilidades.

En el año 2020 se le ocurrió comenzar su propio proyecto, hacer su propio vino. Sin embargo, nunca se desvinculó de sus otros trabajos. El mundo del vino es costoso, lleva mucho tiempo llegar mercado y mucho tiempo producir fruto, por lo que no pudo desprenderse de sus empleos. No tenía viñedos propios, pero tenía claro que no quería llevar a cabo su proyecto dentro de la bodega donde trabajaba. El propietario de la bodega le ofreció hacerlo allí, que habría sido la opción más fácil, pero no era lo que quería. En ese momento, asumió la responsabilidad de un viñedo. Le cedieron los derechos del viñedo y el uso de una bodega. Combinaba su trabajo en la bodega con su propio proyecto. Ese año hizo las dos vendimias: la suya y la de la empresa donde trabajaba.

En el año 2021 se le presentó una oportunidad laboral a nivel de gerencia y dirección técnica en una bodega grande de la zona de Galicia. Habló con el propietario de la bodega donde trabajaba en el Bierzo y acordaron que se mudaría a Galicia y trabajaría allí como gerente y seguiría vinculada

a ellos como asesora externa. Por lo tanto, actualmente tiene dos empleos. Por un lado, es gerente en la bodega de Galicia y, por otro, dedica entre cuatro y seis días al mes a la bodega del Bierzo, además de su proyecto personal. Tiene muy poco tiempo libre. No puede desvincularse de la bodega del Bierzo porque siente ese proyecto como suyo. Se mudó a Galicia porque era una oportunidad laboral que no podía dejar pasar. Era la oportunidad de trabajar en otro tipo de empresa, más industrial y enfocada a otro tipo de negocio, el cual tenía curiosidad por conocer. En general, tiene una gran ambición laboral y siempre busca más y nuevas oportunidades.

En el transcurso de todo esto, también ha estudiado otras cosas. Por ejemplo, el origen de su proyecto se remonta a 2018, cuando decidió realizar un máster MBA muy intensivo. Lo hizo pensando en la gestión de la bodega del Bierzo, ya que se abordaban diversos aspectos empresariales y de emprendimiento. También le permitió explorar otros tipos de bodegas, como la que está ahora.

En su bodega, la producción que realiza es pequeña. Desde el primer año duplicó la producción y amplió la gama de vinos. Ha sido un desafío porque realiza todas las tareas por sí misma. Ella misma trabaja en el viñedo y en la bodega. No cuenta con un equipo que le ayude en todas las tareas que implica su proyecto.

En medio de todo esto, en 2020, también se le presentó la oportunidad de liderar y presidir la Asociación de la Ruta del Vino del Bierzo, a lo que también dedica mucho tiempo y es otro motivo por el cual pasa mucho tiempo en esa zona. Actualmente vive en Galicia, pero su espíritu está en el Bierzo, aunque es plenamente consciente de que necesita su trabajo en el norte para financiar su proyecto personal. De lo contrario, sería inviable.

En la actualidad, comparte su proyecto con su pareja y él le ayuda bastante en todo, de lo contrario, cree que no podría hacerlo sin contratar a alguien. Además, tampoco cuenta con los ingresos suficientes para hacerlo.

Reflexiones tras la experiencia emprendedora

Olga se considera una persona abierta y sociable, aunque con una naturaleza bastante solitaria. Es buena comunicadora, perseverante y también cree tener una capacidad de trabajo muy grande, así como un fuerte compromiso con todo lo que hace. Cuando se compromete con algo, es porque lo llevará a cabo, y si ve que no puede hacerlo, no es capaz de comprometerse. Por otro lado, se considera muy insegura, lo cual no es lo más adecuado cuando se trata de emprendimiento, según ella. Algo positivo es que es muy prudente, no se lanza sin estudiar detalladamente los pros y los contras.

Otra característica positiva es que siempre ha tenido una visión global del negocio. Esto puede ser debido a que ha trabajado en viñedos, bodegas, comercialización, etc., y ha estado involucrada en muchos aspectos del sector. Esto le ha permitido ver el mundo del vino desde diferentes perspectivas. Ella señala literalmente: *“en muchos proyectos de emprendimiento, a menudo se ve más entusiasmo que conocimiento y más aventura que plan de negocio, y no creo que solo con las ganas de llegue muy lejos”*. Considera que el conocimiento es una parte crucial y ve muchas carencias en la formación. Ella, por ejemplo, se dio cuenta de que tenía carencias en gestión y decidió hacer un máster sobre ello. En su caso, le cuesta mucho vender su propio producto, pero es capaz de vender el vino de la bodega donde trabaja. Le cuesta porque tiene la inseguridad de que no esté tan bueno como a ella le gustaría. En resumen, sus características principales son la capacidad de trabajo, la perseverancia y la pasión total por lo que hace.

En muchas ocasiones ha pasado por su mente rendirse, pero tiene un fuerte sentido de la responsabilidad. Para ella, renunciar sería un fracaso. No lograr su objetivo significaría que ha fracasado y, además, nunca es suficiente. Es muy autoexigente. Esto, junto con su inseguridad, hace que le resulte muy difícil definirse como una líder capaz de inspirar a los demás. Sin embargo, su enfoque está completamente en su proyecto. Aunque haya considerado abandonar en numerosas ocasiones, sabe que no lo hará por varias razones: por la pasión que siente por el vino y por su fuerte compromiso con la región y los viñedos abandonados. Ahora ha tomado a su cargo una hectárea abandonada, lo cual le resulta muy desafiante trabajar. Siente un compromiso profundo con el patrimonio vitícola de la región del Bierzo, pero sobre todo su compromiso se debe a no querer fracasar y alcanzar su objetivo. Casi siempre logra los objetivos que se propone, pero le ocurre algo curioso: cuando alcanza la meta establecida, ya no le sirve porque ya tiene otros objetivos en mente.

Cree que tiene una relación tóxica con el trabajo. Trabaja muchas horas, incluyendo los fines de semana, porque siente culpa si no lo hace. Le resulta difícil decir que no. Por ejemplo, colabora con la universidad en una Cátedra y es consciente de que no tiene más tiempo libre para dedicarse a otras cosas, pero no puede rechazar las oportunidades y se compromete con todo. Además, cree que no puede negarse porque todas las propuestas que le hacen están relacionadas con su trabajo y tiene una profunda creencia en lo que hace. Es importante mencionar que realiza todas sus tareas con pasión. Le gustan todos sus empleos. Sin embargo, reconoce que tiene un problema de autoexigencia y es muy frustrante no poder disfrutar cuando alcanza un objetivo porque inmediatamente surgen otros aún más exigentes. No logra disfrutar de haber alcanzado una meta porque siempre piensa que podría haber hecho más. Una de sus mayores debilidades es una gran inseguridad y la sensación de no estar a la altura.

“Casi siempre logro los objetivos que me propongo, pero me ocurre algo curioso: cuando alcanzo la meta establecida, ya no me sirve porque ya tengo otros objetivos en mente y, en ocasiones, eso es muy frustrante”

Reconoce que, al emprender, nunca se ha atrevido a abandonar ninguno de sus trabajos debido al miedo a la escasez. Considera que esto se debe a su entorno familiar. Su madre tenía cuatro trabajos y su padre siempre estaba fuera de casa para mantenerlos. Nunca le ha faltado nada, pero siempre han sido cuidadosos con el dinero. Por eso, se considera una “emprendedora a medias”. Aunque ha emprendido, todavía mantiene sus otros dos empleos como un respaldo en caso de que uno falle. No se ha atrevido a arriesgarlo todo en su proyecto porque sabe que aún no es viable dedicarse exclusivamente a él. Su idea para el futuro es dedicarse por completo a su proyecto y, además, realizar dos o tres asesorías externas. Calcula que lograr esto le llevará aproximadamente dos años.

Uno de los mayores obstáculos que ha tenido para emprender son los trámites burocráticos. Cree que la administración presenta carencias en cuanto a asesoramiento se refiere. A la hora de realizar los trámites, se ha encontrado una dificultad tras otra. Por otro lado, también ha tenido un obstáculo muy grande debido a su forma de ser y a su relación con el trabajo. Su relación con la bodega donde trabaja en el Bierzo siempre ha sido tan intensa que desarrollaba su trabajo como si fuera su propio proyecto. Tuvo muchos problemas consigo misma por tomar la decisión de comenzar su propio proyecto, pero aun así decidió ir para adelante. Todo esto se debe al compromiso que tenía y tiene con la bodega. No es capaz de romper ese vínculo. Por eso ha sido un gran obstáculo para ella a nivel psicológico, porque ella finalmente hizo su vino en su bodega con toda la dificultad que eso le llevaría. Hubiera sido mucho más fácil hacerlo en la otra bodega porque tenía todos los medios disponibles, pero no era lo que ella quería. Ella dedicaba todo su tiempo al trabajo en la bodega externa y su tiempo libre lo dedicaba a su proyecto. Sus trabajos los tiene totalmente disociados, aunque esto le suponga mayor dificultad y esfuerzo.

Cuando ella comenzó a hacer su propio vino se sintió plétórica e insegura a la vez. Fue muy emocionante. De hecho, cuando embotelló lo hizo llorando. Ella lleva haciendo vino muchos años, pero esta vez era su vino. Hoy en día cuando ve que alguien está tomando su vino, se emociona mucho.

Teniendo en cuenta su experiencia, para ella emprender es iniciar un proyecto, no solo empresarial, sino también vital y personal. En su caso, ha emprendido en algo que es su pasión y no lo cataloga como un trabajo. Además, el emprendimiento tiene que ir acompañado de unos beneficios, ya sean económicos, sociales o emocionales. Debe haber una devolución al esfuerzo

que se hace por crear el proyecto. Se puede poner todas las ganas y la pasión en un proyecto, pero es importante que sea sostenible y rentable social y económicamente.

Sugerencias para fomentar el emprendimiento en el medio rural

En cuanto a cómo fomentar el emprendimiento en el medio rural, Olga cree que debe ser una preocupación de las administraciones, principalmente en conceder ayudas y fomentar la formación adecuada para emprender. En el caso del Bierzo, en el consejo comarcal, hay una oficina de emprendimiento donde ayudan a iniciar proyectos. También cree que hace falta referentes, modelos en los que inspirarse para que las mujeres que quieran emprender piensen y digan “si estas compañeras lo han hecho, yo también puedo”. Esto se podría hacer mediante la organización de mesas redondas o foros de mujeres emprendedoras. También es importante ayudar en la conciliación. Ella señala que no tiene hijos y está soltera porque no se imagina cómo podría conciliar la familia con el emprendimiento. Por eso piensa que son muy importantes las ayudas por parte de las administraciones, no solo económicas, sino también de acompañamiento y asesoramiento. En su caso, hay algo que a ella le hubiera encantado y es que alguien le hubiera acompañado en el proceso. En palabras de la protagonista: *“me hubiera gustado que alguien me orientara, por ejemplo, que se necesita para exportar vino, cómo tiene que facturar, si es mejor hacerse autónomo o crear una sociedad, qué tengo que hacer para vender... son cosas que cuando se decide emprender se está totalmente perdido”*.

Olga piensa que la formación superior relacionada con el mundo del vino que se oferta en las universidades no sirve para formar profesionales. En primer lugar, no están contando con las empresas para ver qué carencias y qué contenidos tienen que conocer sus profesionales y, en segundo lugar, no están formando en cosas tan básicas como la exportación, la venta o cómo emprender en el sector.

“Es muy importante que las mujeres se ayuden y para eso necesitan el compromiso de las que ya han emprendido”

Además, piensa que es necesario ser consciente de que el proyecto es sostenible y rentable social y económicamente. En este aspecto ve muchas carencias de formación, ya que muchas personas emprenden a ciegas sin tener en cuenta la viabilidad del proyecto. Es muy necesario sentarse y reflexionar sobre donde se quiere llegar con el proyecto y hacer cálculos. En sus propias palabras: *“si en los próximos cinco años no obtengo ningún beneficio, eso significará que no tiene ningún sentido continuar o es que algo he hecho mal y tengo que darle una vuelta al proyecto”*.

Apéndice 7.3: Teresa

Primeras etapas de la vida

María Teresa nació el 28 de junio de 1997 en Valladolid, pero se crio en Olmedo. Cuando era pequeña, sus padres se separaron y ella se fue con su madre a Olmedo. Su padre se quedó viviendo en Valladolid y su madre fue destinada para trabajar en una residencia en Olmedo.

Recuerda su infancia muy feliz. Sus abuelos paternos vivían en otro pueblo de Valladolid y ella iba allí en verano, el mes que le tocaba estar con su padre. Recuerda esos momentos con mucha felicidad y sobre todo con mucha libertad. Siempre estaba fuera de casa. Su abuela estaba dentro y se asomaba a través de la cortina para comprobar que estaba bien. Tiene un hermano tres años mayor que ella y siempre estaban juntos. Eran como Pili y Mili. Ella se apuntaba a todo lo que le proponía su hermano. Todo lo que a su hermano se le ocurría, ella lo seguía. Por ejemplo, hacían carros para la bicicleta con palés, ella se subía encima y su hermano la paseaba. Según ella, todo era un poco salvaje (risas). A ella le encantaba todo eso.

Ella tiene un cariño especial al pueblo de su padre. Toda su familia paterna es de allí. Su abuelo tenía una pequeña bodega donde hacía vino. Su padre tiene cinco hermanos y cada hermano tiene bastantes hijos. Los días de vendimia y de fiestas en el pueblo eran momentos donde se juntaban todos. Ella era la más pequeña de la familia y recuerda estos momentos con mucho cariño. Estos momentos le causaron mucho apego al pueblo y explican su pasión por la enología y, sobre todo, por la viticultura.

Durante el resto del año vivía con su madre en Olmedo, donde vivían con su abuela Teresa. Tenía una relación muy especial con su abuela. Era una de las personas más importantes de su vida. Su madre siempre estaba trabajando y ella y su hermano siempre estaban con ella. Les llevaba al colegio, los recogía, los cuidaba. Tenía poca paciencia y siempre estaba enfadada, pero la adoraban. A los 10 años, su abuela tuvo un accidente y la llevaron a una residencia en Valladolid. Fue entonces cuando se mudaron todos a vivir a la ciudad. Ella llegó a un colegio nuevo en 5º de Primaria. Ese año no consiguió hacer muchos amigos en el nuevo colegio y se refugiaba en su abuela. Por eso, en lugar de irse a jugar todas las tardes, iba a la residencia a estar con ella. Le tocaba la guitarra, le limaba las uñas, le llevaba muñecas y jugaba con ella. Eso le hacía muy feliz y su abuela estaba encantada de sus visitas diarias.

En ese colegio, su hermano tuvo dificultades y al año siguiente tuvieron que cambiar de colegio nuevamente. En el colegio, María Teresa tampoco consiguió hacer amigos, porque en 6º de Primaria era una edad difícil. Llegó a 1º de la ESO y se encontró mucho mejor porque hizo un

grupo de amigas que todavía tiene en Valladolid. Tanto la ESO como el Bachillerato los hizo allí. Durante ese tiempo viviendo en Valladolid, echaba mucho de menos ir al pueblo de su padre. Por ese entonces, los viñedos ya estaban en espaldera y las vendimias las realizaba una máquina. Extrañaba ir y reunirse con su familia.

Los primeros pasos hacia el emprendimiento

En 2015, ella comenzó a estudiar enología en el campus de Palencia de la Universidad de Valladolid. Pasó un año de intercambio en Logroño y decidió continuar con sus estudios allí. En Palencia las clases eran muy teóricas, mientras que en Logroño mucho más práctico. Siempre se ha considerado una persona muy apasionada, le gusta vivir las cosas y sentir las para aprender. En este caso, le gusta asistir a catas, visitar bodegas, empaparse de todo y vivir la experiencia. En La Rioja, salir a la calle significaba sumergirse en el mundo del vino y la viticultura. Eso le encantaba. En resumen, pasó dos años en Palencia y dos en Logroño. En su quinto año, se fue a California, al Valle de Napa, muy conocido por sus viñedos y su vino.

Desde que comenzó la carrera, siempre quiso hacerse cargo de los viñedos de su padre, que eran los viñedos de su abuelo. Su padre nunca los había trabajado. Él es más de ciudad, electricista de profesión y vive en Valladolid. Tenía los viñedos de su abuelo, pero siempre contrataba a otras personas para que los trabajaran. Desde 2014, cuando estaba en bachillerato, ella le empezó a decir a su padre que quería hacerse cargo de ellos. Durante esos años, su padre los mantuvo hasta que llegara el momento en que ella pudiera hacerse cargo. Sin embargo, ella quería trabajar fuera para aprender y una forma de aprender sobre enología y viticultura, y sobre todo el idioma, era irse a California. Envío correos electrónicos a diferentes bodegas y una de ellas le respondió. Hizo el papeleo necesario para irse, obtuvo la visa y se fue allí durante 8 meses. Trabajaba en una bodega formada por una enóloga y dos bodegueros. Colaboraba con los tres, pero pasaba la mayor parte del tiempo con los bodegueros, ya que la enóloga no iba mucho por allí. Realizaban diversas tareas, muchas relacionadas con el laboratorio, como seleccionar la uva identificando aquella que no estaba en condiciones óptimas para producir vino de calidad, realizar remontados en los depósitos, análisis, etc. En una ocasión, vinificaron 180.000 litros que, aunque era una cantidad pequeña, para esa bodega era significativa.

Inicialmente, ella iba a estar en California durante 6 meses, pero la enóloga abandonó su puesto de trabajo por motivos personales y tuvo que sustituirla. En ese momento estaban en pleno proceso de vinificación de la cosecha y todo quedó a medias, lo que resultó ser un caos. Esta experiencia le sirvió para valorar aún más la calidad de los viñedos y vinos en España. Sin embargo, también se dio cuenta de que el gran fallo está en el marketing, ya que no sabemos vender la calidad

del vino que tenemos. Observó que en California tenían viñedos de mala calidad, la uva era terrible y las vinificaciones se basaban en recetas preestablecidas. A pesar de eso, vendían sus productos a precios muy altos. En comparación, España produce vinos de mucha mejor calidad, pero no sabe cómo comercializarlos adecuadamente. Señala que esto, concretamente, también ha ocurrido en la región de Rueda. Durante los últimos años la variedad de uva verdejo se ha hecho popular y la gente ha empezado a plantarla debido a su bajo coste. Esto ha llevado a una venta de vinos más baratos y el precio de la uva ha disminuido.

Ella regresó de California a finales de febrero de 2020, unas semanas antes de que comenzara la pandemia. Al llegar se trasladó a Logroño para finalizar sus últimas tres asignaturas. Debido a la pandemia, se mudó a Valladolid y decidió pasar la cuarentena en el pueblo junto a su padre y su hermano. Su plan para ese año era hacer vendimias en diferentes lugares como Argentina, Nueva Zelanda y Francia, pero debido a la situación que había en ese momento, no pudo realizar esos viajes. Sin embargo, esta situación le permitió empezar a trabajar la viña. Incluso su padre, quien nunca había trabajado en la viña antes, se unió a ella y estaba muy feliz.

Durante ese año comenzó a hacer la poda en verde. Tenía planeado ir a Francia en verano, pero debido a problemas de permisos relacionados con el COVID-19, no pudo viajar. En su lugar, viajó a Logroño para ayudar a un amigo que tenía una pequeña bodega, donde aprendió mucho sobre diferentes tipos de uva y técnicas de vinificación.

Después de la vendimia, en noviembre aproximadamente, tuvo que realizar la poda en sus propios viñedos por primera vez. Como en la carrera no les habían enseñado sobre ello, ella veía videos en YouTube para aprender. Aunque su padre le preguntaba si sabía cómo hacerlo, ella decidida, le respondía que sí. También consultaba a amigos y se informaba sobre cómo hacerlo. Todo el aprendizaje que iba adquiriendo, ella lo explicaba en sus redes sociales, intentando acercar el mundo de la viticultura a sus seguidores.

Al principio, cuando empezó a podar, no sabía muy bien cómo hacerlo y hacía lo que podía. A pesar de ello, le decía a su padre que sabía cómo hacerlo y él confiaba en ella. Lo más importante es que su padre le acompañaba a trabajar en el campo y eso a ella le hacía muy feliz. Antes de la pandemia, nunca había tenido la oportunidad de vivir con su padre, pero debido a las circunstancias pasaron mucho tiempo juntos trabajando en los viñedos de su abuelo, a quien querían mucho. Lamenta no haber podido hablar mucho sobre su pasión por la viticultura con su abuelo, ya que él falleció cuando ella tenía 12 años. Trabajar en los viñedos de su abuelo durante esos años ha sido un vínculo muy especial con su padre. Incluso en la actualidad, su padre la sigue acompañando al campo.

En mayo de 2021, ella experimentó una crisis existencial al darse cuenta de que sus viñedos no le proporcionarían los ingresos suficientes para vivir. Sin embargo, tampoco quería trabajar en una bodega, ya que sabía que requeriría mucho tiempo y le impediría seguir formándose para continuar trabajando su campo. Fue entonces cuando le ofrecieron una oferta de trabajo como comercial de productos para bodegas. Durante un año, ejerció como comercial, lo cual resultó muy enriquecedor al conocer a muchas personas dedicadas al sector.

“En el mundo del vino, las relaciones son de suma importancia, especialmente para emprender, ya que establecer redes de contacto es crucial”

Además, este trabajo le brindó flexibilidad horaria, lo que le permitió realizar numerosas formaciones. Participó en cursos de poda y descubrió que le apasionaba todo lo relacionado con este proceso. Consideraba que la poda era el inicio de todo, ya que a través de ella se puede controlar la vida de la planta. El vínculo emocional con sus viñas la llevó a enamorarse de esta tarea. Recibió formación de un experto en poda con el que entabló una buena relación, centrada en la “poda de respeto”, un enfoque que busca minimizar los cortes y preservar al máximo los flujos de savia de la planta. Estos cursos le ayudaron a comprender que, si a partir de ahora realiza las labores adecuadas en su viñedo, puede lograr que la viña de su abuelo perdure muchos años más. Esta idea fue reveladora para ella, ya que nunca se lo había planteado anteriormente.

La oportunidad de asistir a estos cursos surgió a través de una convocatoria promovida por UCCL, una organización que propone programas similares a un “Erasmus” para jóvenes emprendedores agrícolas. Se trasladó a Aranda de Duero. Por las mañanas desempeñaba su trabajo como comercial hasta las 12, y a partir de ese momento colaboraba en tareas relacionadas con cubiertas vegetales. El experto en poda se convirtió en su mentor y resultó ser una persona con habilidades comunicativas excepcionales. Gracias a él, tuvo la oportunidad de conocer una academia especializada en poda que imparte cursos en toda España. Durante su tiempo allí, adquirió muchos conocimientos y habilidades, y de cara a la próxima temporada, la academia la capacitará para que se convierta en profesora de poda.

A mediados de 2022, comenzó un máster sobre dirección y gestión de bodegas en la Cámara de Comercio de Valladolid. Allí conoció a la hija del propietario de una bodega reconocida de Rueda, quien ahora es su amiga. Entablaron una buena relación y un día le comentó que quería cambiar de trabajo. Fue entonces cuando esta le ofreció unirse a su equipo. Ambas son muy parecidas, sus cabezas funcionan de manera similar y se conocen muy bien. En la bodega lleva toda la parte de producción. Realiza materias auxiliares para embotellar, análisis de embotellado de

vino, supervisa el proceso previo en el depósito y durante el embotellado, abarcando así la producción desde los momentos previos a embotellar hasta el envasado final del vino.

Tanto esta amiga como su mentor son dos personas muy importantes para Teresa durante su proceso emprendedor. Ambos la conocen muy bien y le han enseñado mucho. Su mentor, cuando la conoció, le dijo que, además de la formación en la poda, quería enseñarle a sacar el líder que lleva dentro, para que estuviera segura de su valía. Ella siempre ha sido un poco insegura, quizás debido a tantos cambios en su vida. Nunca ha creído completamente en sus capacidades. Con él aprendió a ser consciente de sus propias capacidades. Lo mismo ha ocurrido con su amiga. Ella la colocó en un puesto de liderazgo en su empresa, algo que ella pensaba que no sería capaz de hacer, y que hoy se ve capaz de hacerlo. Ellos le han dado el impulso y el respaldo que necesitaba.

Su idea siempre ha sido incorporarse como joven agricultora, lo cual se promociona entre los jóvenes y las mujeres. Sin embargo, para realizar la incorporación, le exigían cinco hectáreas más de las que tiene y hacer grandes inversiones. Llegó a la conclusión de que lo mejor era solicitar media unidad de trabajo para poder compatibilizarlo con otro empleo, pero se requería invertir en maquinaria que ella no tenía. Si tienes la suerte de provenir de una familia de agricultores que posee un tractor, por ejemplo, no tienes que comprarlo, pero ¿cómo puede hacer alguien eso desde cero? Estas ayudas están destinadas a hijos e hijas de grandes agricultores que ya tienen antecedentes y no tienen que empezar desde cero. En la actualidad, si tu padre no es agricultor, es muy difícil emprender en el mundo agrícola. Considera que el factor económico y social son las principales barreras para emprender en el medio rural. En términos sociales, se refiere a la falta de valoración de los agricultores. Aún persiste la creencia de que los agricultores son personas del pueblo que no saben hacer nada. Estos estereotipos continúan existiendo y ella, por medio de sus redes sociales, intenta abordar este tema. Comparte de todo un poco, mostrándose de forma natural. Publica contenido técnico sobre viticultura, poda, así como sobre su perra, deportes y fiestas. Todo esto lo hace con el propósito de visibilizar que puede ser viticultura y llevar una vida normal. Y, sobre todo, busca transmitir que la agricultura es una ciencia, que todos comemos y dependemos de ella. Ella expresa lo siguiente *“es una necesidad, por lo que debemos cuidar el campo. No todos los jóvenes pueden abandonar el pueblo para buscar un empleo como funcionarios públicos. La gente que trabaja en el campo necesita tener un relevo en el futuro”*.

Durante todo su proyecto, ha sentido la falta de formación en gestión económica y otras habilidades útiles para emprender. Según ella *“hay muchas deficiencias, especialmente en los estudios universitarios. La mayoría de los profesores que imparten asignaturas relacionadas con la vitivinicultura en la*

universidad están desactualizados. Todo es muy teórico y cuando te enfrentas a la vida real, no sabes hacer nada. Había una parte práctica en la que íbamos al campo, pero era muy limitada". Otro aspecto complicado son los trámites burocráticos, ya que exigen mucho y ponen muchos obstáculos para aquellos que realmente trabajan y aman el campo.

Por otro lado, gracias a ciertas experiencias que ha tenido, ella piensa que a veces el apoyo de los hombres hacia las mujeres es mínimo. A los hombres todavía les molesta que las mujeres "los superen". Las mujeres siempre han estado trabajando en el mundo del vino, tanto como cualquier otra persona, pero en la sombra. Y ahora, el hecho de que una mujer pueda ocupar un puesto de liderazgo cree que es difícil de comprender en algunos casos. En relación con esto, la mujer en el sector vitivinícola necesita valentía para emprender. En su caso, siempre ha buscado la aprobación de su padre y que él esté orgulloso de ella. Cree que es porque han vivido separados y la viticultura es un nexo muy importante entre ellos. Para ella es muy importante que él esté orgulloso de ella, pero no busca su aprobación como tal.

Reflexiones tras la experiencia emprendedora

Se considera una persona muy observadora, detallista y demasiado perfeccionista en su trabajo. También se considera una persona muy valiente. Se mudó al pueblo durante la pandemia y vive sola allí. Su punto débil es que es demasiado sentimental y todo le afecta mucho. También reconoce que tiene un apego fuerte hacia las viñas. Su padre constantemente le dice que las rente, porque no le darán dinero y ella tendrá que invertir sus ahorros para mantenerlas. Sin embargo, algo le impide hacerlo y lo considera un punto débil. Además, es muy independiente y le cuesta mucho pedir ayuda. Le ha costado mucho delegar las tareas relacionadas con las viñas. Quiere hacerlo todo por sí misma, pero es consciente de que actualmente no puede hacerlo debido a la falta de tiempo. Por ejemplo, el pasado año dejó de tener vida social aparte del trabajo. Tenía su trabajo como comercial y también trabajaba en la boda de lunes a domingo. Se dio cuenta de que tenía 24 años y se preguntó hasta qué punto eso le estaba beneficiando. A pesar de ello, se considera valiente por querer seguir adelante con las viñas. Aunque admite tener miedo y a veces que su padre tiene razón, siente un vínculo más fuerte hacia ellas. Cuando está en las viñas, siente que vale la pena. Por eso no ha abandonado.

Como se mencionó anteriormente, para emprender en el sector vitivinícola es crucial construir y mantener una red de contactos. La protagonista considera que esto es algo innato ya que, si no eres una persona que se siente cómoda relacionándose con los demás, resulta muy difícil lograrlo. Por otro lado, señala haber experimentado un cambio en su personalidad a lo largo de los años. Antes era muy callada, pero ha comprendido la importancia de moverse y conocer gente.

Su sueño siempre ha sido trabajar las viñas de su abuelo y construir su propia bodega. Este año producirá su primer vino. Su plan de negocio consiste en continuar trabajando sus viñas, adquirir un tractor y plantar cinco hectáreas de pistachos para alcanzar la Unidad de Trabajo Agrario (UTA). Sin embargo, ha surgido un problema. Los pistachos requieren ocho años para producir. Aunque es una inversión rentable, no se le permitiría trabajar en otro empleo mientras espera los resultados de los pistachos. Si se le permitiera tener un empleo adicional y recibir un salario aparte, podría hacer frente a una temporada difícil en sus viñedos. De esa manera, quizás algún día podría depender completamente de sus propios cultivos. Es algo en lo que está trabajando.

Finaliza su discurso indicando cinco palabras que le vienen a la mente al pensar en su proceso emprendedor: dinero, agobio, superación personal, pasión y perseverancia.

Apéndice 7.4: Yara

Orígenes

Sus padres se casaron muy jóvenes. Su madre tenía 20 años y su padre 35, por lo que había una diferencia importante de edad entre ellos. La historia de cómo vino a Valladolid la familia de su madre es importante para establecer los antecedentes emprendedores que tiene. Un hermano de su madre era sordo y vinieron a Valladolid a ver a unos amigos, sin saber que se quedarían a vivir. Llegaron el día de San Pedro Regalado, por eso ese día es muy importante para la familia. Se encontraron con una familia que vendían una pensión y se quedaron con ella, negocio del que luego tomaría las riendas su madre. Fue entonces cuando conoció a su padre. A los dos años de estar casados, su madre se quedó embarazada y tiraron para delante.

Primeras etapas de la vida

Yara nació el 25 de diciembre de 1986 en Valladolid y vivió en esta misma ciudad durante toda su infancia. Sus padres eran agricultores y su madre, aparte de trabajar con su padre en el campo, tenía una pensión. Tanto la familia paterna como materna venían del mundo rural. La de su padre de un pueblo de Valladolid y la de su madre de un pueblo de Ourense.

Siempre ha estado entre Galicia y Castilla y León, ya que sus abuelos y posteriormente su padre continuaron viajando a Ourense para transportar camiones de alpacas y venderlas allí. De hecho, conserva recuerdos de algunos de esos viajes en los que los acompañó.

Cuando su madre asumió la gestión de la pensión en Valladolid, sus abuelos regresaron al pueblo, ya que su abuelo no se adaptaba bien en la ciudad y anhelaba volver a sus raíces.

Realizó todos sus estudios en Valladolid. Su padre siempre le decía: “hija, estudia para no terminar en el campo como yo”. Ella siguió su consejo y al final acabó en el campo como él, aunque fue una elección propia.

En 1996 nació su hermano y ese mismo año sus padres compran los viñedos. Ella tenía casi 10 años, por lo que ha estado en todas las vendimias, momentos que recuerda con mucha alegría. Recuerda muchas tradiciones familiares, particularmente, aquellas dedicadas a hacer matanzas. Sin embargo, lo que más destaca en su memoria es la vendimia. En aquel entonces, la vendimia era una ocasión en la que toda la familia y amigos se reunían y se lo pasaban en grande todos juntos.

La mayoría de sus amigos eran de la ciudad, ella era la única “de pueblo”. Casi siempre se relacionaba con personas cuyas familias no se dedicaban a la agricultura. Esto siempre le ha llevado a encontrar algunas diferencias entre su vida y la de sus amistades. Por ejemplo, un año cuando estaba en el colegio, su padre fue a verla actuar en el festival de Navidad. Una vez finalizado, las demás familias se fueron a comer a un restaurante, mientras que ellos se fueron a la finca, se pusieron la ropa de trabajo y fueron a quitar tubos en la viña. O, por ejemplo, cuando era niña, su madre nunca la obligaba a irse a la cama pronto, ya que solo veía a su padre por la noche. Su padre trabajaba durante todo el día y llegaba a casa ya entrada la noche. En ese aspecto, no era como todos sus compañeros del colegio que tenían una rutina y se iban a dormir pronto. Además, cuando era pequeña, tuvo una infección y estuvo casi un mes ingresada en el hospital. Su padre no podía estar con ella durante todo el día y cuando llegaba el horario de visitas ya se había terminado. Tuvo que solicitar un permiso especial en el hospital para poder visitarla ya pasada la medianoche. Estos son pequeños detalles que ella considera completamente normales, pero es algo de lo que se dio cuenta al hacerse mayor, ya que esa atención por parte de sus padres se veía afectada por motivos laborales. Además, en su caso, ambos padres trabajaban, su madre tenía una pensión y no podía salir de casa, y su padre era agricultor y pasaba todo el día en el campo. El único día que su padre descansaba del trabajo era los domingos. Sin embargo, con el paso del tiempo, su padre experimentó un cambio. Cuando nació su hermano, su padre lo llevaba al colegio todas las mañanas antes de dirigirse al trabajo. Comenzó a involucrarse más en la vida familiar y a compartir más experiencias con ellos, ya que no dedicaba tanto tiempo al trabajo como antes. Todo esto le enseñó muchas cosas, pero estas experiencias siempre dejan huella.

Tanto su hermano como ella siempre tenía numerosas actividades extraescolares, compromisos y obligaciones. Todas las semanas participaba como voluntaria en actividades de la parroquia de una asociación juvenil y también fue monitora de ocio y tiempo libre. Tenían reuniones todos los sábados en la parroquia y muchos fines de semana hacían acampada allí. Hoy

en día, aún conserva muchos amigos de aquellos momentos. Junto a ellos ha vivido numerosos momentos felices y han creado lazos muy importantes. En relación con esto, concluye en que siempre ha tenido numerosos grupos de amigos y cada uno de ellos muy diferentes entre sí. Esto es algo que le brinda una gran riqueza. A lo largo de su vida ha tenido muchos grupos de amigos, como los de la asociación, los de la parroquia, los del instituto, los de Galicia, entre otros.

La asociación le aportó una gran cantidad de valores. Aprendió a ser responsable ya que, tanto en la acampada en la parroquia como en los campamentos de verano, tenía a su cargo a varios jóvenes a los que debía cuidar. También adquirió habilidades para organizar y planificar actividades. A lo largo de esos años aprendió muchísimo. En ese momento, quizás no se daba cuenta, pero con el tiempo fue consciente de que muchas herramientas que utiliza en su día a día y en su trabajo las adquirió allí. Recuerda que en las marchas que hacían a la montaña se aprendía muchísimo. Tenían que preparar la comida, cargar con las cazuelas, las sartenes... Todo era muy comunitario, debían compartir y animar a quienes se encontraban a su lado cuando veían que no podían más durante la marcha, cuando alguien se caía o se hacía una ampolla y no podía caminar.

Por ejemplo, siempre había creído que trabajar como empleado era muy sencillo: ocho horas de trabajo, un mes de vacaciones y un sueldo mensual. Comparado con ser autónomo y tener tu propia explotación en el campo es muy diferente. Siempre estás en juego, ya que desde el momento que siembras hasta el momento de la cosecha y la obtención de beneficio, pasa mucho tiempo. Además, es una incertidumbre enorme y se juega todo a una sola carta durante todo el año.

En 2005, ella comienza la licenciatura en Administración y Dirección de empresas en la Universidad de Valladolid, pero se encuentra con dificultades en algunas asignaturas. En ese momento, decide abandonar la licenciatura y comenzar la diplomatura de Empresariales, también en Valladolid. Fue durante esa etapa cuando conoce a un chico llamado Pedro, originario de A Coruña, y su relación se convierte en el típico amor de verano. Más tarde, se traslada a Madrid para realizar un máster en Contabilidad y Auditoría. Dado que su novio vive en A Coruña, decide mudarse allí para completar el cuarto y quinto año de la licenciatura, y posteriormente trabajar en un bar en la ciudad, encargándose de las tareas de contabilidad.

Los primeros pasos hacia el emprendimiento

En 2011, regresa a Madrid para trabajar en una empresa de auditoría, pero pronto decide dejarlo debido a que no le permitía mantenerse económicamente. Fue en ese momento, a principios de 2012, cuando decide regresar a Valladolid y comenzar a ayudar a su padre en la bodega. La primera cosecha de vino que produjeron fue un año antes, en 2011.

Antes de comenzar a trabajar en la bodega, su madre se encargó de formarle sobre los trámites burocráticos. Además, su incorporación a UCCL (Unión de Campesinos de Castilla y León) fue un pilar fundamental. En UCCL realizó un curso de iniciación debido a su falta de conocimiento en el tema. Conoció esta organización a través de una asociación de mujeres.

En 2015, Yara se dio de alta como agricultora. Anteriormente, había estado trabajando como autónoma en la bodega. Fue su padre quien le sugirió que se quedara con la explotación y se registrara como agricultora, ya que él tenía planes de jubilarse. Solicitó subvenciones y se las concedieron. Durante todo este proceso, UCCL la ayudó, aunque tuvo una experiencia desagradable durante la entrevista para obtener la ayuda. Esta consistió en una entrevista realizada por un técnico de la Junta de Castilla y León para certificar su experiencia en el sector. En la entrevista, la protagonista se presentó junto a un amigo. A ella le dijeron que debía estar acompañada por su padre, algo que no ocurrió con su amigo. Durante la entrevista, las preguntas estaban dirigidas a ellas, pero el técnico solo miraba a su padre. Otro aspecto destacable fueron las preguntas relacionadas con su intención de casarse o tener hijos en los próximos dos años. Esto claramente resultaba condicionante para una mujer, mientras que a su amigo no se le preguntó al respecto.

Al principio, ella percibía que había personas que no la tomaban muy en serio. Por ejemplo, al ir a comprar productos, parecía que necesitaba respaldo de un hombre para dedicarse al sector vitivinícola. Sin embargo, en general, en el mundo del vino hay muchas mujeres y esta situación está bastante normalizada.

Ella ha emprendido gracias a las personas que le rodean. Inició su carrera como agricultora para trabajar junto a su padre y se encontró con que su trabajo le encantaba. Sin embargo, ahora que está haciendo planes a futuro, siente una gran inseguridad. Por ejemplo, este año se casará y ha estado ahorrando durante varios años para cubrir los gastos de la celebración. Pero claro, ese dinero podría ser necesario para subsistir si la cosecha resulta escasa el próximo año. Estos pensamientos le causan mucho miedo. De hecho, evita pensarlo. Con esto quiere decir que emprender no brinda la misma seguridad que tener un empleo asalariado, donde se sabe que se recibirá un sueldo cada mes. Además, ser autónoma en el campo es muy distinto a serlo en otros sectores. Otros profesionales generan ingresos diarios, mientras que en el campo se siembran los cultivos y pasan varios años antes de obtener beneficios, generalmente una o dos veces al año. Con ese dinero se debe vivir el resto del año y pagar todas las deudas. Es necesario administrarlo con mucho cuidado. Además, el riesgo es considerable, ya que las inversiones en maquinaria y mantenimiento son costosas.

Hubo un momento en el que se planteó dejar la bodega a cargo de su padre y su hermano e irse a Galicia a vivir, pero se dio cuenta de que, si se iba, la bodega se vería afectada ya que ellos no tenían conocimiento de todo, especialmente en los trámites administrativos. Fue entonces cuando decidió que teletrabajaría desde Galicia algunas semanas y otras se quedaría en la bodega. Cuando se planteó dejar la bodega, tenía pensado ponerse a trabajar por cuenta ajena. No quería más complicaciones y sobre todo quería dormir por las noches (señala entre risas).

En 2019, en las navidades de ese año, sus padres se separaron, lo que fue un golpe muy duro para la familia. Antes de la separación eran una familia muy unida y tanto ella como su hermano tuvieron que enfrentar esa situación con mucho dolor.

Su madre se ha convertido en su mayor apoyo en estos momentos difíciles, animándola a seguir adelante y luchar por la bodega. Le entristece mucho la idea de abandonar todo. Ha dedicado muchos años de su vida al viñedo y la bodega. Si bien es cierto que en gran medida heredó parte del negocio, también ha trabajado arduamente para llegar a donde está en la actualidad.

Su pareja también juega un papel importante en su vida. Nunca le ha cortado las alas y aunque la distancia cada vez le afecta más, nunca le ha negado nada. Discuten más cuando están separados que cuando están juntos. De hecho, él lleva mejor el hecho de que ella esté cerca de él, pero ella se considera muy independiente en ese aspecto. Ha aprendido a vivir sola y durante la semana solo tiene que trabajar, lo cual refuerza su sentido de independencia.

Reflexiones tras la experiencia emprendedora

Ella se define como una persona muy sociable, disfruta mucho relacionándose con los demás y se lleva bien con todo el mundo. Le gusta ayudar a los demás y aborda todo lo que hace con un trato cercano, considerándose una persona muy carismática. Es una persona organizada y posee una gran paciencia. Pocas veces se enfada y cuando lo hace, no le dura mucho tiempo. Tiene una cualidad especial y es que tiende a olvidar los momentos difíciles para ella, pues siempre se queda con lo positivo. Cree que esta actitud se debe a su experiencia en el colegio, en la que hubo una temporada que experimentó situaciones sociales negativas. Esto ocurrió porque se hizo amiga de una chica que ya estaba siendo acosada, lo que llevó a que también fuera víctima de ese acoso. Tuvo que cambiar de colegio en una ocasión, pero cuando ingresó en el nuevo, coincidió con varios compañeros de sus actividades de la parroquia. Rápidamente hizo amigos y formaron un grupo. Debido a esta experiencia, ella cree que tiende a olvidar los momentos difíciles y solo se queda con los buenos recuerdos.

Ella es una persona autodidacta. Cuando se enfrenta a una duda, se encarga de buscar en internet cómo resolverla o busca la ayuda de alguien que pueda enseñarle cómo hacerlo. No se conforma con quedarse con la incertidumbre, sino que muestra una gran iniciativa para aprender.

Con relación a su futuro, señala que tanto su pareja como ella ha decidido manejar la situación como hasta ahora. Llevarán la relación a distancia, ya que ella trabaja en la bodega y cuando tenga semanas libres en las que solo tenga que hacer trámites, trabajará desde Galicia para estar con él. En el caso de que tengan hijos, la idea es que los niños se queden en el pueblo con su pareja. Él se encargaría de cuidar los con la ayuda de su madre, mientras que ella estaría yendo y viniendo. Esto puede resultar inusual para una mujer, ya que estamos más acostumbrados a verlo en hombres, pero en este caso es la única opción si no quiere sacrificar su trabajo.

Para ella, la mayor ventaja de emprender es la ilusión. A ella le emociona mucho porque significa haber logrado su objetivo. Por un lado, le encanta el viñedo; es maravilloso ver cómo crecen las uvas. Sin embargo, la bodega y la posibilidad de crear su propio vino, verlo en un bar o recibir elogios de sus amigos por su calidad, eso le llena de alegría. El reconocimiento a un trabajo bien hecho es lo que más le satisface en su trabajo. Para ella, emprender implica establecer metas y desafíos e intentar alcanzarlos. No se trata de un trabajo monótono, cada día es una nueva oportunidad.

Sugerencias para fomentar el emprendimiento en el medio rural

La protagonista está convencida de que para emprender en el sector vitivinícola es imprescindible tener ilusión y ganas de aprender constantemente. Además, considera fundamental que se valore el trabajo en equipo. Cuando no se trabaja en equipo, se cometen muchos errores y no se trabaja de manera satisfactoria. El trabajo en equipo es de vital importancia y apoyar a los compañeros es crucial, ya que todos pueden cometer errores en algún momento.

Apéndice 7.5: Esther

Orígenes

Los cuatro abuelos de Esther siempre han estado involucrados en el trabajo del campo. Sus abuelos maternos tenían un huerto y un viñedo, incluso viajaron a Francia para trabajar en el cultivo de remolacha y viñedo. Por desgracia, Esther no tuvo la oportunidad de conocer a su abuelo paterno, quien era carpintero y peluquero.

Sus padres siempre han vivido en el pueblo. Su madre se ha dedicado a ser ama de casa, mientras que su padre es fontanero, aunque también se dedica a otras actividades.

Primeras etapas de la vida

Recuerda su infancia en el pueblo, jugando en la calle. Su pueblo es una pequeña pedanía de Ávila en la que en estos momentos viven poco más de 100 personas. Además, en sus recuerdos siempre aparecen sus abuelos maternos. Su abuela paterna era cuidada por sus padres y sus tíos y ella pasaba mucho tiempo con sus abuelos maternos. Ellos siempre la recogían en el colegio y ella se iba con ellos a la viña o al huerto. Pasaba muchísimo tiempo con ellos. Recuerda juegos muy característicos como la bomba, polis y cacos y la araña.

En casa son tres hermanas y ella es la más joven. Las tres hermanas estudiaron en el colegio del pueblo. Cuando llegó el momento de ir al instituto, sus hermanas tuvieron que desplazarse a Ávila, ya que en ese momento no había instituto en el pueblo. Sin embargo, cuando ella comenzó la secundaria, ya existía un instituto en un pueblo cercano, por lo que asistió allí.

Con 16 años, durante el verano previo a primero de bachillerato, viajó a Francia de intercambio a vivir con una familia francesa. Era la primera vez que salía del pueblo. Por las mañanas, asistía a clases de francés con otros españoles y también participaba en diversas actividades en la ciudad donde se encontraba. Aquella experiencia le ayudó mucho a saber cómo desenvolverse en la vida. Recuerda especialmente un día en el que la madre de acogida le acompañó al autobús y le explicó las rutas que debía tomar para llegar a su destino y regresar después. Sin embargo, al regresar a casa, la familia de la chica con la que debía volver no apareció y no lograba encontrar la parada de autobús. Ante esta situación, se le ocurrió llamar a su madre para informarle de su ubicación y preguntarle qué podía hacer. Su madre le explicó que no podía ayudarla directamente desde España. En ese momento, tuvo que aprender a resolver el problema por sí misma.

Los primeros pasos hacia el emprendimiento

Con 18 años se fue a estudiar a Salamanca. Sus padres querían que hiciera la carrera en Ávila, pero ella decidió irse a Salamanca. Se fue allí con su amiga del instituto. Tenía muchas dudas sobre qué estudiar: primero tenía pensado estudiar Ciencias Políticas, después pensó en hacer Administración y Dirección de Empresas con Ciencias Políticas, y finalmente optó por hacer Empresariales. Cuando terminó esta formación, comenzó ADE a distancia mientras trabajaba. Cree que todo ha sido un conjunto de coincidencias porque ella no quería pasar mucho tiempo en la ciudad. En Salamanca estuvo diez años, pero siempre deseaba regresar al pueblo. Todos los fines de semana iba al pueblo y esto era algo que su gente de la ciudad cuestionaba mucho.

Ella considera que la base adquirida en las carreras que ha cursado le ha sido de gran utilidad para emprender, debido a que su formación era muy amplia y se centraba en el funcionamiento de

una empresa y todos los aspectos que la conforman. También realizó algunos cursos simultáneos como marketing o redes sociales, los cuales considera que le han servido mucho para emprender. No obstante, considera que lo que más le ha enseñado fue su experiencia de vivir fuera de su pueblo durante sus estudios. Desde una edad temprana, dejó de vivir con sus padres. Al trasladarse a la ciudad, tuvo que aprender a convivir con otras personas y adaptarse a diferentes situaciones. Aprendió a valerse por sí misma en todos los aspectos de la vida. Vivir sola te enseñó a ser responsable de su propia vida, sin necesitar la ayuda de los demás.

Comenzó como becaria en un banco, donde estuvo un año y medio. Luego consiguió trabajo en una empresa del sector financiero. Fue enlazando un trabajo con otro hasta que en 2015 comenzaron a idear la idea de la bodega. La zona de su pueblo siempre fue de viñedos, pero con muy poca valoración debido a las dificultades para trabajarlos por encontrarse en terrenos montañosos. Esto ha llevado a que la gente los abandone.

Resulta relevante conocer el significado que tiene el nombre que eligieron para su futura bodega. Su nombre se debe a múltiples razones. En primer lugar, está relacionado con la experiencia personal de las dos abuelas de ellos que sufrieron Alzheimer, una de las cuales fue una presencia constante durante su infancia. La enfermedad dejó una profunda huella en ella al recordar cómo eran sus abuelas y ver su deterioro. Por otra parte, el número 10 representa a sus ocho abuelos y a ellos dos. Además, su pueblo está compuesto por diez pequeños núcleos urbanos que son las zonas donde se encuentran la mayoría de sus viñedos. Por último, la palabra “delirios” proviene del término latino “delirare”, que significa salir del surco al labrar la tierra. Esto se relaciona con la viticultura y, sobre todo, sirve como homenaje a sus abuelas que padecieron Alzheimer. Para ellos era fundamental preservar la tradición de la vitivinicultura en su pueblo y en su proyecto. Este resume su vida y su proyecto, capturando la esencia de su dedicación y pasión por mantener viva esta tradición y honrar a sus abuelas con su nombre.

La idea de emprender fue de ella y su pareja. Él siempre ha residido en Ávila, aunque su familia también es del pueblo. Se conocen desde siempre. Él es cuatro años más joven que ella. Ella tenía buena relación con su hermano y cuando salían, él comenzó a unirse a ellos y así se conocieron.

Lo que les motivó a emprender se puede resumir en dos palabras: tradición y herencia. Sus abuelos y tíos de ambos elaboraban vino para consumo propio. Siempre han estado inmersos en ese mundo. El vino ha sido una forma de reunir a la familia, todos iban juntos a la vendimia y la abuela preparaba comida para todos. Ellos les han transmitido toda esa pasión. Desde pequeños

han vivido inmersos en esa cultura vitivinícola y ver que estaba desapareciendo les entristecía profundamente.

Su pareja estudió ingeniería forestal y finalmente decidió también estudiar elaboración de vinos debido a la idea que tenían en mente. La idea siempre había estado en la mente de ella. En relación con esto, ella siempre recuerda una experiencia: empezó a salir con su pareja en 2013. Uno de los primeros regalos que le hizo fue un montaje de fotos en el que aparecía una de las viñas de su abuelo junto con un escrito que decía: “aquí construiremos nuestra futura bodega”.

Al principio comenzaron a recuperar las viñas, realizar vendimias y elaborar vino, aunque en pequeña escala. Poseían algunos viñedos heredados de sus abuelos. No fue hasta 2018 cuando se dedicaron por completo al trabajo en la bodega y gestionaron todos los trámites. En ese momento, ella se inscribió en un curso de emprendimiento en Ávila, en el que adquirió muchos conocimientos para comenzar el proyecto. Ese fue el impulso que llevó a que en 2019 se realizara la primera cosecha oficial.

El nacimiento de su hija se convirtió en un punto crucial en su vida. A pesar de que ocurrió en plena pandemia en el año 2020, y a pesar del miedo que la situación generaba, la llegada de su hija transformó su vida por completo. Ella se convirtió en su máxima prioridad, desplazando todo lo demás. Anteriormente, su principal enfoque era sacar adelante la bodega, pero ahora su hija está en primer lugar en su lista de prioridades. Reconoce que cuando piensa en la bodega, lo hace con la intención de asegurar su futuro y desea que a ella le gusta ese mundo y pueda continuar con el legado familiar. Su hija está creciendo rodeada de viñedos y disfruta mucho en ese entorno. Esta ilusión le lleva a pensar que, si ella ha logrado llegar hasta este punto, espera que su hija pueda llegar aún más lejos.

Sin embargo, ahora se encuentra en un momento muy agobiante debido a la dependencia que su hija tiene de ella. No se habían separado desde su nacimiento, pero recientemente han comenzado a asistir a ferias para promocionar sus vinos. La separación y los berrinches que su hija experimenta en su ausencia le afecta como madre, generándole malestar y ansiedad. A menudo desea poder abarcarlo todo, cumplir con su papel de madre y tener éxito en su trabajo, pero piensa que es imposible. Le entristece tener que separarse de su hija, pero comprende que tiene que trabajar. Afortunadamente, cuenta con la ayuda de su madre, quien le brinda un gran apoyo en el cuidado de su hija. Además, gracias a que la niña ha empezado a ir a la guardería, está sintiendo un alivio considerable. Reconoce que emprender sin el apoyo familiar le hubiera resultado muy difícil.

Toda esta tradición y la ilusión que le impulsa es lo que le motivó a emprender, a pesar de lo difícil que resulta y de que nadie le facilita las cosas. De hecho, continúan lidiando con trámites

burocráticos, un proceso que tanto al principio como ahora que han pasado cinco años consideran realmente horrible. Para ella, lo peor de emprender es precisamente esto. La cantidad abrumadora de declaraciones que deben presentar ante distintas entidades como industria, agricultura, la denominación de origen, entre otras. Demanda una plataforma que centralice todos estos trámites y permita a cada administración recopilar la información que necesitan. Todos estos trámites consumen una cantidad considerable de tiempo, ya que deben realizar los trámites de cada administración por separado.

Reflexiones tras la experiencia emprendedora

Su papel en la bodega es muy amplio y abarca muchas tareas. Se encarga de todo, desde plantar y cultivar los viñedos hasta la recolección de las uvas y la elaboración del vino. Si es necesario podar, ella misma se encarga de hacerlo, al igual que participa en la vendimia. La única tarea que no realiza es el arado, ya que siente un gran respeto hacia las máquinas utilizadas en ese proceso. Considera que las mujeres poseen una sensibilidad especial que resulta muy beneficiosa en los trabajos manuales que se hacen en los viñedos.

Señala que una de las ventajas de emprender es la libertad de poder organizar los horarios a su conveniencia. En muchas ocasiones, su hija o las circunstancias familiares son quienes determinan esos horarios. Hay tardes en las que no puede completar todas las tareas previstas y las deja para el día siguiente. Aun así, su día a día es bastante normal. Por lo general, después de llevar a su hija a la guardería, regresa a casa para revisar el correo, hacer llamadas, completar documentación y gestionar la página web, una tarea que también lleva a cabo. Principalmente, se encarga de las labores administrativas. José, su pareja, se ocupa más de la parte de comercialización, pero ahora ella también le ayuda en esa tarea. Cada uno tiene unas responsabilidades específicas en la bodega, pero al final, ambos terminan realizando un poco de todo. Además de las tareas administrativas, cuando dispone de algún tiempo libre, se dedica a etiquetar las botellas.

Para ella, lo más importante para que una mujer emprenda en el medio rural es que tenga pasión por lo que hace y un amor propio sólido. Si se propone algo, con perseverancia logrará sacarlo adelante. Considera fundamental fomentar esta actitud en los más jóvenes, inculcarles los valores necesarios para que, cuando sean adultos, puedan alcanzar sus metas. Además, le da gran importancia a la vida en el pueblo. A pesar de las dudas que algunas personas expresaron cuando ella regresó al pueblo, ella vive maravillosamente bien allí y se dedica a lo que realmente le gusta. Si necesita beneficiarse de los servicios de la ciudad, como ir de compras o al cine, cuenta con la cercanía de Ávila a tan solo 30km. Hace lo que le apasiona y no necesita más. Si mira hacia atrás, le parece increíble tener hoy en día lo que tiene y todo lo que ha logrado construir.

Sugerencias para fomentar el emprendimiento en el medio rural

Considera que existen carencias formativas, especialmente en lo que respecta a informar a las personas en los inicios emprendedores. Hay quienes desean emprender y no saben por dónde empezar. Para ella, el curso de emprendimiento que realizó fue de gran utilidad. Era muy genérico, incluía clases de fiscalidad, legislación laboral, plan de empresa y marca personal. Además, se ofrecían relatos de casos reales en los que emprendedores contaban su historia y los desafíos que habían enfrentado. Contaba con tutores que la orientaban en el proceso y la ponían en contacto con las administraciones correspondientes para realizar los trámites necesarios. Esta formación fue fundamental para ella y le brindó las herramientas y el apoyo necesario para iniciar su proyecto emprendedor.

También recibe mucho apoyo a través de la Diputación de Ávila. Además de otorgar subvenciones, tienen una marca colectiva para el sector agrario. A través de esta marca, ella participa en ferias, recibe información sobre ayudas, etc. A partir de la pandemia, se ha fomentado la realización de cursos online, charlas y seminarios, lo cual le resulta de gran ayuda. Estas actividades se pueden llevar a cabo desde casa y le proporcionan beneficios significativos.

Apéndice 7.6: Victoria

Orígenes

La familia de Victoria no tiene ni ha tenido ninguna relación con lo rural y el campo. Toda su familia era de Valladolid y la única relación con lo rural es que su abuelo tenía una tierra de semillas y su bisabuelo había tenido viñedos en una zona conocida de Valladolid. Su padre era propietario de una editorial jurídica.

Primeras etapas de la vida

Victoria nació el 1 de abril de 1962 en Valladolid, por lo que no se considera una mujer de origen rural. Es la pequeña de cinco hermanas. A su padre le gustaba muchísimo el vino y siempre se bebía buen vino en casa. Recuerda que siempre se comía con vino, incluso los niños también lo hacían. Victoria señala: *“seguro que con 12 años he bebido vino de la manera más normal sin tener consciencia de que estaba consumiendo alcohol. Simplemente el vino formaba parte de nuestra vida diaria”*.

Los primeros pasos hacia el emprendimiento

A ella, desde pequeña, le encantaba el campo y la naturaleza. Por eso decidió estudiar Perito Agrícola con la especialidad de hortoforticultura y jardinería en Madrid. Su hermana vivía allí y se fue a vivir con ella. En esos años, curar esa carrera era muy complicado porque tenías que pasar

por un proceso muy selectivo. Recuerda que el segundo año les ofrecieron un curso de cata que impartía un profesor reconocido y ella decidió apuntarse. Fue un curso de cada de cinco días y a ella le encantó. “¡Fue como un flechazo!”, señala entusiasmada. Se dio cuenta de que catar vinos le fascinaba y quería convertirlo en su profesión. Todavía guarda con mucho cariño el título de ese curso por lo feliz que le hizo hacerlo.

A partir de ese momento fue orientando su futuro hacia el viñedo. Hizo su proyecto fin de carrera sobre el verdejo con un profesor al que recuerda con mucho cariño. Digamos que siempre estuvo muy bien acompañada por buenos profesionales y eso ella lo considera muy importante. Ella siempre manifiesta que para emprender en el mundo del vino la formación es lo primero. Siempre hay que buscar a los grandes profesionales de la especialidad y moverte por donde sea necesario. Yo siempre pensaba que para volver a casa siempre estaría a tiempo y tenía claro que tenía que volver con muchos conocimientos.

Su profesor de viticultura le recomendó que siguiera estudiando en esta área. En esos años todavía no existía la carrera de enología. A pesar de ser grandes productores de vino, solamente había formación a nivel de formación profesional. Por eso, hizo un máster en la Escuela de la Vid sobre vitivinicultura y le sirvió mucho para hacer el proyecto sobre el verdejo de la D.O. Rueda. En ese momento tuvo claro que en Valladolid había grandes vinos y había que valorarlos. En esa época, el verdejo existía, pero no había alcanzado todavía el volumen que tiene en la actualidad.

Una vez terminó su proyecto, en 1985, su profesor de vitivinicultura le recomendó irse a Burdeos y así lo hizo. Allí estuvo tres años. Por aquel entonces, España todavía no formaba parte de Europa y todo era carísimo. Ella estaba estudiando en una escuela muy prestigiosa y tenía muy buenos profesores. Era una escuela en la que solamente un 50% de los que empezaban llegaban hasta el final y todo era muy competitivo, incluso la relación con los compañeros. Considera que aprendió mucho y fue una experiencia formativa excelente.

Volvió de Burdeos en 1988. Un día fue a la feria del vino y del queso que se celebraba en Zamora. Era verano y ella se apuntaba a todos los sitios donde había vino. Esa tarde conoció a personas muy importantes que están relacionadas con el mundo del vino. Uno de ellos le dijo que iban a salir oposiciones para auxiliares de laboratorio en la estación enológica de Rueda, ella se presentó y consiguió diferentes contratos parciales. Luego, empezó a trabajar en una bodega reconocida de la Ribera del Duero como enóloga, aunque por aquel entonces no controlaba esa parte a la perfección. Tenía muchos conocimientos teóricos, pero de práctica no tenía nada y fue aprendiendo sobre la marcha. La Ribera del Duero estaba empezando, el vino se hacía de cualquier manera, pero había vinos buenísimos y excelentes.

Estuvo trabajando unos años en Peñafiel y después volvió a la estación enológica de Rueda. Sacó la plaza de técnico enológico de grado medio y estuvo trabajando allí como diez años en el laboratorio. Allí conoció a la que un tiempo después sería su socia con la que comenzó su primer proyecto de bodega. Empezaron el proyecto juntas en el año 1999. Ella tenía 37 años y estaba cansada de trabajar en la estación enológica, dedicada a analizar y catar. Estaba en un sitio donde estaban todos los vinos de la región, los probaba todos y le encantaba porque tenía toda la información completa de todos los vinos, pero, al final, si te gusta el mundo del vino, hacer tu propio vino es el destino y era lo que ella quería en ese momento. Se juntaron las dos y empezaron a hacer su vino: el verdejo de Rueda y el tinto en Toro. A ella le gustaba mucho el vino tinto y Toro era una zona de la que no se hablaba nada y que ella consideraba muy especial. Estuvieron juntas durante siete años y al final decidieron separar las dos marcas. Ella se quedó con la tinta de Toro. Cuando se separaron llegaron al acuerdo de no interferir vinos entre marcas para no tener problemas con los distribuidores. Por lo tanto, ella no tiene bodega en Rueda, pero si hace una pequeña cantidad de vino como a ella le gusta como complemento para sus distribuidores.

Reflexiones tras la experiencia emprendedora

Ahora, teniendo en cuenta su experiencia, Victoria reflexiona sobre su trayectoria. En relación con las dificultades y obstáculos que ella ha tenido para emprender, destaca la falta de formación en temas administrativos, papeleo y gestión. Además, señala que hay una gran separación entre la administración y la empresa. Los dos últimos años que ella estuvo en el laboratorio, también estuvo en la Dirección General encargándose de las denominaciones de origen y las marcas de calidad. Considera que existe una total ignorancia e incompreensión tanto de la parte administrativa hacia la empresa, como viceversa. Ella tiene una visión de ambas perspectivas, ya que es funcionaria y ahora se encuentra en excedencia y es empresaria. Se siente funcionaria y entiende perfectamente a sus compañeros de la administración, pero también comprende a los empresarios.

Ella cree que alcanzar el éxito significa ser feliz con lo que se hace, y en su caso, ella ha logrado esa satisfacción. Le encanta su trabajo porque no es rutinario en absoluto. Cada cosecha es diferente, un año puede llover y otro no. El sector del fino es totalmente impredecible y no existe una rutina establecida. Incluso el proceso de elaborar vino también lo es. Cuando lo elaboras, evoluciona según su propia voluntad. Ella intenta guiarlo y llevarlo por el mejor camino, pero el vino evoluciona según su propio criterio.

Victoria describe el mundo del vino como un ámbito muy creativo, sensible y misterioso. Lo considera casi mágico debido a su naturaleza intuitiva, donde nunca se puede predecir con certeza como desarrollarán las cosas. Tanto en la elaboración como en la venta del vino, cada

persona tiene gustos muy particulares. Además, señala que el vino actúa como medio de comunicación. Más del 60% su producción se exporta y, por ejemplo, cuando un japonés lo prueba y lo comprende, es como presenciar un milagro. Esto significa que esa persona comprende su cultura, su pueblo, sus uvas y sus valores. Todo esto se logra a través de una copa de vino, lo cual brinda una gran satisfacción.

Además, destaca la importancia de preservar la cultura del vino, los viñedos y las técnicas tradicionales de producción, entre otros aspectos valiosos que tiene este sector.

Sugerencias para fomentar el emprendimiento en el medio rural

Victoria considera que sería interesante implementar un programa de formación dirigido a las personas que deseen emprender para que se capaciten en diferentes aspectos del proceso. No solo en cuanto a los trámites administrativos, sino también sobre cómo tratar con los bancos, comprender qué implica una hipoteca, cómo se firma y cuáles son las consecuencias para el patrimonio. Lo ideal sería ofrecer formaciones sobre la gestión de una bodega, acercándose a los emprendedores y conociendo de cerca los problemas que enfrentan.

Además, ella enfatiza la importancia de explorar otros países en el sector del vino, ya que esto permite apreciar lo que España tiene para ofrecer. Considera crucial conocer los vinos de otras naciones para regresar a España con ideas innovadoras y revitalizar lo que ya existe. Según su opinión, nada ocurre por casualidad. Reconoce que España siempre ha tenido calidad y tradición en el ámbito del vino, pero no se le ha dado la importancia necesaria en términos de formación y profesionalización de los expertos. Esto no solo es significativo para el mundo del vino, sino también para el desarrollo personal de cada persona, para conocer su país y valorar las cosas que tenemos en la vida. Quienes han tenido la oportunidad de viajar y regresar valoran lo que tienen en su lugar de origen. Para ella, salir del país amplió su visión de manera significativa.

En resumen, ella recomienda a otras mujeres que deseen emprender en el medio rural que busquen formación, mantengan la ilusión y el entusiasmo y salgan a explorar y vivir otras experiencias. A pesar de los obstáculos que encontrarán en el camino, vale la pena intentarlo.

Apéndice 7.7: Liliana

Primeras etapas de la vida

Liliana nació en Gijón el 5 de diciembre de 1978 en el seno de una familia de clase media y, a pesar de haber nacido en la ciudad, siempre se ha sentido de pueblo. Sus padres son originarios de un pueblo en la montaña de Asturias. Ella vivía en Gijón, pero pasaba los meses de verano, las

vacaciones de Semana Santa y muchos fines de semana en el pueblo. Recuerda cuando era pequeña, su padre siempre se enfadaba con ella porque siempre se mareaba en el coche cuando regresaban a Gijón después de estar en el pueblo. En cambio, cuando iban de camino al pueblo, nunca se mareaba, porque iba muy feliz. Para ella estar en el pueblo era sinónimo de felicidad. Cree que desde entonces tenía claro que quería vivir en un pueblo.

Los primeros pasos hacia el emprendimiento

Liliana estudió la Licenciatura en Ciencias Ambientales e Ingeniería de Montes en Ávila y luego realizó un Máster en Desarrollo Rural en Madrid. Cuando terminó la carrera se fue a Honduras a realizar un voluntariado forestal con su pareja. Colaboraron con una asociación universitaria y se dedicaron a recaudar fondos para llevar a cabo proyectos sociales en diferentes países. José, su pareja, se trasladó a Costa Rica y ella se fue a Bélgica para trabajar en un proyecto del ámbito forestal. Aunque estos proyectos no estaban relacionados con el mundo del vino, sí estaban vinculados a sus estudios forestales.

Desde que ambos completaron el Máster en Desarrollo Rural, siempre han tenido en mente emprender algo en el pueblo. Soñaban con tener una casa rural.

La conexión con el vino se remonta a su primera cita con José, cuando él llegó con una botella de vino. Ella pensó: “si a este chico le gusta el vino y a mí me gusta el chico, voy a comprar unas copas de vino para celebrarlo”.

Después, se fue con su pareja a trabajar a Murcia en espacios naturales protegidos. Permanecieron allí durante varios años y posteriormente realizó una entrevista de trabajo en Zamora, donde comenzó a trabajar en la Federación de Propietarios Forestales. Ocupó el cargo de gerente de la Federación y adquirió una gran cantidad de conocimientos durante los cinco años que estuvo allí. Fue entonces cuando se ofertó un curso de cata dirigido a personas que trabajaban en asociaciones sociales. Se apuntó y le gustó mucho. Eran tres personas en el curso y aprendieron muchísimo.

En 2007, con la llegada de la crisis, su pareja le propuso montar una bodega en el pueblo con la bodega de su bisabuelo. En ese momento no le pareció buena idea, pero pasados unos meses, su pareja volvió a repetírselo y ella aceptó. Ella pensaba que les faltaban conocimientos para trabajar en el sector, por lo que propuso a su pareja que se formasen cada uno en algo relacionado con una parte del negocio. José se fue a La Rioja e hizo el Máster en Enología, mientras que ella empezó a estudiar inglés, ya que le parecía muy importante conocer el mundo exterior y comunicarse con otros países pioneros en comercialización como Australia o California. Mientras

que su pareja volvió a la universidad, ella empezó a enviar solicitudes para irse a Australia a hacer un Máster en Gestión de Bodegas.

Entre medias de todo esto, su pareja se enteró sobre una vacante de asistente de enólogo en Australia. Ella le animó a que presentara su candidatura, Mientras tanto, ella también estaba pendiente de la resolución de su Máster allí. Además, tenían dos niñas: una de meses y la otra de año y medio, lo que hizo que todo se volviera un caos. Finalmente, su pareja decidió irse a California y ella decidió pedir una excedencia en la federación para irse con él y las niñas. Pasaron un año en California antes de volar a Australia y pasar allí otro año y medio, ella formándose en gestión de bodegas y él en enología.

Después de realizar una campaña en California y tres en Australia, en 2016 aproximadamente, regresaron y su pareja también hizo otra más en Portugal. Finalmente, comenzaron con su proyecto en Zamora. Es cierto que tuvieron la tentación de quedarse en Australia, pero lo que realmente querían era regresar al pueblo y crear su propio proyecto. El objetivo siempre había sido volver.

El viñedo del bisabuelo de su pareja es lo único que poseen en propiedad, el resto está arrendado. Trabajan con viñas muy antiguas y con variedades únicas que solo se encuentran en Arribes, ya que creen que eso es lo que la diferencia del resto del mundo. Comenzaron con este viñedo y poco después lograron alquilar un pequeño espacio en el pueblo vecino, donde iniciaron su bodega. Con el tiempo, consiguieron adquirir la casa que el abuelo de su pareja había construido junto a la viña y ahora es donde viven y tienen la bodega. Comenzaron con una producción muy pequeña en esta primera bodega alquilada y, a partir del segundo año, trasladaron su actividad a la actual bodega.

Ella siempre ha estado junto a su pareja en este camino y se complementan muy bien llevando el negocio. Siempre se han dividido las tareas. Él se encarga de toda la parte enológica, mientras que ella toma decisiones en el ámbito de la gestión y las ventas.

Cuando regresaron al pueblo, hubo personas que no tomaron la noticia muy bien, personas de su entorno que no veían con agrado el hecho de que ambos fueran ingenieros y hubieran decidido volver al pueblo para trabajar en la poda de sus propias viñas y en la bodega. Sin embargo, aunque sus padres habían dedicado toda su vida para que pudieran dejar el pueblo, era lo que realmente deseaban.

Reflexiones tras la experiencia emprendedora

Si Liliana piensa en las dificultades que encontró durante su proceso como emprendedora destaca la gestión administrativa: papeleos, regulaciones medioambientales, registros por tener el viñedo en ecológico... La carga administrativa es abrumadora. Además, considera que hay muchos obstáculos en cuanto a la producción suficiente para mantenerse exclusivamente con ello. En este sector es muy complicado, ya que el vino requiere un tiempo determinado antes de ser embotellado y se necesita una cantidad mínima de botellas para que el proyecto sea sostenible. Por tanto, o se asume una carga financiera considerable para poder obtener un salario, o se busca apoyo a través de otras actividades como ofrecer cursos o dedicar diez horas a la semana a la Ruta del Vino. Todo tiene su aspecto positivo, ya que esto le permite tener un mayor contacto con el enoturismo, pero también tiene su parte negativa, ya que no puede dedicarse únicamente a su labor principal. También destaca el apoyo económico para iniciar el proyecto, aunque en la actualidad está más inclinada a no tener que pagar que a recibir dinero.

“A nivel social está mal visto volver al pueblo. La gente lo considera un fracaso”. Para Liliana no lo es en absoluto, ya que ella nunca fue de pueblo. Ella creció en Gijón y fue decisión suya vivir en el pueblo. No percibe que su pueblo, con sus 70 habitantes, tenga un nivel inferior al de Australia, por ejemplo. Además, tiene la percepción de que en los pueblos la tasa de empleo femenino es muy alta. No cree que la despoblación se deba a la falta de empleo, sino más bien es debido a la idea de que vivir en las ciudades es mejor. Esto es muy relativo, porque si vives en Zamora, tienes que ir al hospital en Salamanca, por lo que es lo mismo vivir en un pueblo que en la ciudad. Si vives en Madrid y tienes que ir a otro punto de la ciudad, tardas lo mismo que ir desde el pueblo a otra ciudad. Lo mismo pasa con el servicio educativo. El autobús del colegio recoge a sus hijas en la puerta de su casa, la comida en el colegio es un servicio gratuito y luego las devuelven a casa. *“¿Qué más se puede pedir?”*. Cree que es algo más mental y cultural. Las ventajas de vivir en un pueblo son superiores y, sobre todo, Castilla y León ofrece muchas oportunidades de emprendimiento. Solo es necesario darle valor añadido al medio rural que tienen.

Para ella, el éxito consiste en hacer algo que realmente le gusta, que la motive y tenga un propósito significativo para ella, como conservar la biodiversidad, trabajar en proyectos ecológicos y ofrecer un producto de alta calidad a todos. Además, busca que su trabajo le permita sostenerse económicamente. Considera que no trabajar está sobrevalorado, pues valora la importancia de trabajar arduamente y tener pasión por lo que se hace.

Sugerencias para fomentar el emprendimiento en el medio rural

Liliana considera que la experiencia de viajar fuera de España resulta fundamental para conocer otros tipos de negocios. Al emprender en el sector del vino, recomienda viajar al extranjero y realizar actividades como voluntariado, así como trabajar y estudiar a la vez si es necesario. A lo largo de su trayectoria, ella nunca ha tenido mucho dinero y siempre ha tenido que trabajar y estudiar simultáneamente. Por eso, anima a las personas a vivir la experiencia en el extranjero y luego regresar para obtener una visión diferente de la realidad española. Considera esencial conocer todas las perspectivas posibles para poder dar lo mejor de uno mismo, así como ver otros casos de éxito en otros lugares para poder replicarlos aquí, incluso en otros idiomas y culturas. Además, las redes de contacto desempeñan un papel fundamental. En su caso, han conocido a muchas personas y realizan exportaciones a numerosos lugares en el mundo. Es crucial saber crear y tejer una red de contactos propia.

Apéndice 7.8 Otros relatos breves

Belén

Belén nació en Valladolid y llegó a Peñafiel, donde se mudó a vivir con su pareja hace 40 años. Siendo “urbanita” de origen, desde pequeña su madre la llamaba campesina porque le encantaba pasar tiempo en el campo.

Cuando se instaló en Peñafiel, al principio contó con la ayuda familiar, hasta que en 1996 decidió emprender su propio proyecto. Es la titular de una unidad de producción agrícola. Se trata de una actividad ecológica pionera en Castilla y León que consiste en producir todo lo posible en esta región: cereales, vino, pistachos, entre otros. Es una unidad familiar muy pequeña en la que se dedican a transformar todo lo recolectado de la tierra en productos de alta calidad. Su filosofía se basa en la autosuficiencia y la sostenibilidad.

Durante décadas, ha formado parte de una asociación de mujeres en el medio rural, de la cual llegó a ser presidenta a nivel estatal. Personalmente, el apoyo de todas las mujeres pertenecientes a esta asociación le ha brindado la fuerza y el impulso para seguir adelante con su negocio. También es miembro de la Unión de Campesinos, donde participó en su creación y luchó arduamente por los derechos de las mujeres.

En cuanto a los obstáculos y dificultades que ha enfrentado ella en su camino, siempre destaca la importancia de tener una visión desde diferentes perspectivas. Como emprendió hace 26 años, ella puede hablar cómo se sintió en ese entonces y cómo se siente ahora. En la actualidad,

le afecta mucho la presión social y cultural. Le molestan los chistes y comentarios despectivos hacia las mujeres, algo que no desea tolerar. Considera que el principal obstáculo es la administración, la cual está burocratizada y claramente sexista. *“la política agraria ha discriminado a las mujeres durante años y lo sigue haciendo. Actualmente, hay una reforma de la PAC y resulta que no hay una propuesta para las mujeres. Aparece nombrada, pero si profundizas en ella no hay nada escrito. Las políticas que hace la administración son para galería, para que veamos que hacen algo, pero realmente no hacen nada”*. Además, señala que, si ella no hubiera tenido el apoyo de su familia, emprender habría sido muy difícil. Por eso, considera que todas las mujeres han enfrentado muchos obstáculos, tanto en términos generales como en el ámbito social.

Es cierto que las mujeres pueden ayudarse, apoyarse y motivarse, creando un entorno favorable, pero considera que es necesario desarrollar parte reivindicativa. El hecho de tener una empresa en buenas condiciones depende de que existan políticas públicas que favorezcan y respalden a las mujeres de alguna manera. *“No se trata solo de que la administración ofrezca ayudas y que las mujeres luchen y compitan por conseguirlas, sino de recibir asesoramiento”*. Cuando ella comenzó con su proyecto, acudió a la junta, a los ayuntamientos y a muchos otros lugares, pero en ninguno recibió asesoramiento. Le ofrecieron ayudas que finalmente no llegaron, pero lo que realmente necesitaba era orientación y un impulso para iniciar su proyecto. Lo mismo ocurre con el tema de la maternidad. Indica que, aunque supuestamente existen muchas ayudas para abordar el despoblamiento en las zonas rurales en este aspecto, las mujeres tienen que armarse de valor para ser madres y no abandonar su profesión. Para ello, se requiere contar con personas capacitadas y expertas que brinden asesoramiento a estas mujeres. Por eso, considera que es fundamental reivindicar este aspecto político, para que no se sientan solas, ya que no existe ningún organismo público al que acudir si tienen dudas sobre emprender.

Ahora que está a punto de jubilarse, ella echa la vista hacia atrás y siente orgullo por todo lo que ha logrado con su proyecto. Considera que las experiencias de las mujeres, tanto a nivel personal como profesional, son muy importantes para explicar dónde se encuentran en la actualidad.

Isabel

Su padre era agricultor y ganadero. Él producía leche, carne y cereal y con el paso de los años fue ampliando la producción. Cuando Isabel tenía 9 años, adquirieron un viñedo. Su hogar estaba formado por ella, sus hermanas, su madre y su padre.

Estudió administración y contabilidad y trabajaba de ello. Tenía su propio empleo y los fines de semana, cuando su padre le pedía ayuda, iba al campo con él. Sus vacaciones obligatorias en la

oficina eran destinadas a la vendimia, y siempre lo notificaba a su jefe, ya que no tenían una fecha fija, pues dependía de la cosecha.

En 2012, su padre falleció. En ese momento, ella consideró dejar su trabajo. Comenzó a combinar su trabajo con la ganadería y la agricultura. Aunque sabía muy poco al respecto, se las arreglaba para sacarlo todo adelante. Sin embargo, la ganadería requería mucha atención y presencia constante. Si una oveja estaba en proceso de parto, tenía que estar allí y había noches en las que no dormía esperando. Por otro lado, la parte de los viñedos era desconocida para ella. Había participado en la vendimia y en la poda, pero no había realizado tratamientos ni nada similar. Por lo tanto, estaba bastante confundida sobre qué hacer y sentía mucha incertidumbre. Se preguntaba: ¿qué debo hacer?, ¿debo quedarme?, ¿debo irme?, ¿cómo puedo dejar atrás todos los años de trabajo y lucha de mi padre? La balanza sentimental la ayudó a tomar la decisión de seguir trabajando en la agricultura. Se incorporó en 2014 a toda la exploración y se hizo joven agricultora. Su incorporación fue un proceso difícil y, al igual que muchas mujeres, tuvo problemas para cerrar el expediente y poder recibir las subvenciones. Mientras tanto, tuvo que invertir mucho dinero.

En cuanto a los obstáculos que encontró en su camino, no los tuvo en la junta, ni en los sindicatos ni en los grupos de agricultores. Su problema surgió cuando intentó comprar un tractor. El dependiente le dijo: “dile a su marido que se pase”. A la hora de vender el producto, no tuvo dificultades porque afortunadamente contaba con el legado que le dejó su padre. Siempre había acompañado a su padre en el negocio y la mayoría de los clientes la conocían. El problema surgía cuando tenía que emprender nuevos negocios. Al acudir a un lugar para vender o comprar, siempre le pedían la presencia de un hombre. Por ejemplo, cuando iba a comprar productos para la viña, le decían: “dile al encargado que me llame para indicarle cómo hacerlo”. Daban por sentado que la persona a cargo de esas tareas era un hombre. En ese sentido, percibía que su trabajo había evolucionado mucho, pero aún quedaba mucho por hacer.

Cuando ella comenzó con el negocio, no tenía idea de cómo hacerlo. Por ejemplo, desconocía cómo podar. Por eso, decidió buscar formación externa. Aprendió mucho gracias a un grupo de mujeres con las que se asoció en el que siempre se planteaban preguntas y dudas mutuas. Este grupo se convirtió en uno de sus principales pilares de apoyo, ya que se brindaban fuerza mutuamente. Antes de aprender a podar, tenía que depender de los trabajadores de su padre, ya que eran los que sabían cómo hacerlo. Ahora, prefiere aprender por sí misma y no depender de nadie. Es cierto que en ocasiones debe delegar tareas porque no puede abarcarlo todo, pero, si no es necesario, prefiere encargarse ella misma y no depender de otros. Aunque ella no sea enóloga ni tenga formación en ese campo, realiza análisis y los envía al grupo para obtener su opinión. En

la actualidad, se siente muy bien arropada y es feliz en su trabajo. Trabaja tantas horas como puede y más. Es una mujer empoderada, ha demostrado su valía, conduce un tractor y ha silenciado a muchos hombres del sector agrario que pensaban que no sería capaz. Se siente muy satisfecha consigo misma.

Ella comenzó desde cero. No sabía hacer nada, pero en su mente solo tenía una cosa clara: debía aprender. Levantó la cabeza y dijo: ¡adelante! En la actualidad, sigue teniendo que recurrir a hombres en su mayoría, porque son muy pocas las mujeres en el sector, pero eso algún día cambiará. Considera que somos un número muy bajo y, al mismo tiempo muy alto. Bajo porque hay muchos hombres, y alto porque hay muchas mujeres que permanecen invisibles y cada vez saldrán más a la luz. “*Somos una fuente de creación de empleo para el medio rural. Somos una creación de población, somos reproductoras. Damos estabilidad al medio rural*”. Se siente muy contenta de vivir en su pueblo y de hacer lo que hace.

Paulina

Hija de agricultores, ha estado en el campo desde su nacimiento. Su padre era agricultor y su madre también iba al campo, siempre la primera, y luego llegaba a casa y se ocupaba de los seis hijos que tenía. La protagonista es la primera de esos seis hermanos y, con el gran esfuerzo de sus padres, fue a la universidad. Siempre supo que quería formarse en algo para ayudar a su padre, por lo que decidió estudiar ingeniería agrícola. Después de terminar sus estudios, estuvo trabajando en empresas, siempre relacionadas con el medio rural. Luego, dejó un año de trabajar para irse a Madrid a hacer el Máster de Enología y Viticultura en la Escuela de la Vid. Años después, se adentró en el mundo de la docencia, dando clases a jóvenes agricultores y mujeres en el medio rural. Daba clase por la tarde-noche y esta experiencia le hizo llegar al mundo de las escuelas-taller. En estas escuelas-taller formaban a gente rural, gente que se dedicaba al campo. Se acabó el proyecto en el año 1999.

Durante los años anteriores, pagaban mucho dinero por la uva que se cultivaba y, de un momento a otro, empezaron a pagar menos por ella. Era muy complicado encontrar clientes a los que vender la uva porque su producción había aumentado considerablemente en la región. En ese momento, cuando la jubilación de su padre también estaba próxima, su familia empezó a replantearse la situación que pasaban. Más concretamente, sus dos hermanos mayores y ella. Se dieron cuenta de que tenían un material humano preparado y excelente y los conocimientos para trabajar el viñedo. Entonces, los tres, con el apoyo del resto de los hermanos, decidieron construir la bodega en el año 2000. Uno de sus hermanos se dedica al cultivo de los viñedos. Es una persona que ama la viña y la viña le ama a él. Él le transmitió la fuerza para transformar sus viñedos en

cultivos ecológicos. Su otro hermano tiene una formación muy técnica sobre maquinaria. Entre los tres llevan la bodega y se coordinan muy bien.

Ha tenido experiencias características por ser mujer. Por ejemplo, cuando coge el teléfono y preguntan por el gerente de la bodega, o cuando preguntan por el hombre que lleva el campo, o cuando van a pedir trabajo y preguntan por el jefe. La mayoría de la gente tiene muy asumido que el jefe es un hombre. Cuando ocurre alguna de estas situaciones, ella responde: “soy el bodeguero, el ayudante del bodeguero, la señora de la limpieza, el enólogo, el gerente, soy de todo”.

Finaliza su discurso haciendo alusión a que la fortaleza que tienen como equipo para que salga todo adelante es la organización de las tareas. Ellos tenían el viñedo, analizaron el producto, vieron la oportunidad y sabían que era una buena ocasión para coger las riendas de la bodega.

Marta

Ella es urbana. Le encanta la ciudad, pero actualmente reside en un pueblo. Dejó su trabajo como periodista para dirigir el negocio familiar, una explotación agrícola de la cual ahora es propietaria principal. Una vez que asumió el control del negocio, decidió expandir el viñedo. En el pueblo a veces es complicado para una mujer dedicarse a un negocio que tradicionalmente ha sido dominado por hombres. Por ejemplo, en asuntos relacionados con la maquinaria. Aunque no se lo pongan fácil, considera que cada día hay más mujeres agricultoras y cree que lo hacen muy bien, incluso mejor que muchos hombres, ya sea por su sensibilidad o por sus capacidades. No puede decir que haya sido fácil, pero se siente muy orgullosa de estar donde está gracias al apoyo de las personas que la rodean.

Ella comenzó con su padre, quien le enseñó todo lo que sabe. Ahora sigue con el negocio junto a su pareja, quien todos los días le dice lo fantástica que es, lo cual le da mucha fuerza.

En su caso, siempre ha sentido mucho apoyo por parte de los agricultores que la rodean. La llaman y cuentan con ella para todo. Sin embargo, en otros casos, como los temas institucionales o relacionados con la maquinaria si se ha sentido desplazada por el género masculino. Algunas veces cuando va a utilizar una máquina, le dicen: “quita”. Esto la enfurece mucho, porque, aunque es posible que no sepa cómo se usa, está segura de que puede aprender. *“Piensan que, como mujeres, no podemos hacer nada con una máquina o un destornillador, y tal vez a algunas les cueste un par de horas más que a los hombres, pero lo logramos. Es normal no saber hacer algo si nunca lo hemos hecho, pero eso sucede tanto en hombres como en mujeres. Todos nacemos iguales, todos tenemos el derecho y la capacidad de aprender”*, señala. A menudo no entiende esa actitud. Piensa que en muchas ocasiones quizás sea un poco paternalista, como una forma de protección hacia las mujeres.

Forma parte de la Unión de Campesinos de Castilla y León, donde están intentando cambiar las cosas, ya que todos los puestos de poder dentro de la organización están ocupados por hombres. Anima a todas las mujeres a emprender y luchar por sus sueños, porque son capaces de lograrlo. Cree que el emprendimiento de las mujeres se ve más en los pueblos que en las ciudades.

Raquel

Raquel inició su proyecto en 1999 y más de 20 años después sigue innovando, creando y emprendiendo. Para ella, ser emprendedora es algo innato y durante toda su vida se ha considerado así. No cree que emprender sea algo que se haga una vez y se olvide. Ella continúa innovando constantemente.

Al principio, tuvo dificultades por ser una mujer joven en el medio rural. Ante estos obstáculos, tenía dos opciones: enfrentarlos y luchar contra ellos o intentar superarlos. Ella optó luchar para alcanzar cada uno de sus sueños. A pesar de todos los obstáculos que ha enfrentado sigue muy ilusionada.

“Ser rural no es una cuestión de nacimiento, sino de sentimiento”. Aunque es “urbanita” por haber crecido en la ciudad, ella se siente rural. Decidió vivir en el pueblo porque así lo desea, nadie le impuso esa elección. De hecho, ha tenido muchas oportunidades de trabajar y vivir en la ciudad, pero no cambiaría por nada vivir en el pueblo, con todas sus ventajas y desventajas.

Durante toda la vida, las mujeres han trabajado en el campo. Su tía abuela le contaba que ella iba a trabajar en el campo y trabajaba tanto o incluso más que su abuelo, ya que era mucho más trabajadora que él. Sin embargo, era él quien aparecía con el título de agricultor. Además, cuando llegaban a casa, era ella quien seguía con todas las tareas del hogar y el cuidado de los hijos. Con esto quiere resaltar que tanto su abuela como otras mujeres siempre han trabajado en el campo tanto o más que los hombres, pero nunca han sido la cara visible, ya que eso le correspondía al hombre.

Comprende que esto es algo cultural y poco a poco irá cambiando. Recuerda sus primeros años como emprendedora, cuando alguien tocaba a su puerta y decía: “¿está el jefe?” o “¿dónde está tu padre?”.

Ella es muy innovadora. Le encanta crear nuevos productos a partir de los anteriores, introduciendo nuevos ingredientes. En una ocasión, tuvo muchas dificultades con la administración para obtener la declaración de su nuevo producto. Después de cada rechazo, ella presentaba justificaciones. A veces es necesario buscar artimañas y estrategias para que las administraciones acepten cosas que no tendría lógica rechazar. Aprendió que no se pueden frenar

los sueños solo porque alguien los rechace, ya sea la administración u otras personas. *“Los límites los debemos establecer nosotras mismas y saber hasta dónde queremos llegar, ya que la mayoría de los requisitos que impone la administración son completamente innecesarios e inútiles”*, señala.

Además, forma parte de otro proyecto que es una comunidad de mujeres rurales que han decidido crecer y evolucionar tanto en el medio rural como en lo digital. Realizan reuniones para ayudar a las mujeres que están emprendiendo en este ámbito. Es una comunidad en la que la mayoría son mujeres emprendedoras y el objetivo es brindar apoyo a esos negocios que, en muchas ocasiones, se sienten solos por estar en zonas rurales. Actualmente, está considerando dar un paso más y crear el primer mercado en línea donde todas puedan ofrecer sus diferentes productos. Ella cree que lo digital ha llegado para quedarse y es fundamental manejarlo para darse a conocer en muchos lugares. De hecho, tiene clientes en distintas partes de España. Anteriormente, prefería vender sus productos en persona para poder conocer y relacionarse con la gente, pero ahora se ha adaptado a la nueva era. Incluso en sus envíos, coloca un pequeño mensaje escrito a mano en un post-it que dice: “un beso muy grande, muchísimas gracias”, y el 98% de los clientes le responden con la foto de su paquete. Antes pensaba que con las ventas en línea se perdería esa esencia y ese contacto directo con los clientes, pero no ha sido así. Opina que todo depende de la forma en que cada uno lleve a cabo su negocio y la pasión e intensidad que se ponga en ello. Sin lugar a duda, considera que internet es fundamental para nivelar el campo de juego entre las zonas rurales y urbanas.

Ella es una persona muy optimista, pero francamente, ve un futuro bastante oscuro para el medio rural si no logramos convertirlo en un lugar atractivo para que las mujeres decidan quedarse. En Castilla y León, es necesario contar con buenas carreteras, una buena infraestructura de comunicación, servicios sanitarios y educativos de calidad, para que aquellos que deseen vivir y emprender en los pueblos no tengan problemas para acceder a los servicios básicos necesarios para una vida digna. *“Si no contamos con estos servicios, será muy difícil que la población, y las mujeres concretamente, opten por quedarse en las zonas rurales”*.

Tesis doctoral realizada con el soporte de un contrato predoctoral de la Universidad de Valladolid cofinanciado por el Banco de Santander en la convocatoria 2019, en conexión con el proyecto “HILLARY: Online Community to Foster Female” (Erasmus+ 2017-1-ES01-KA203-038098).