

Satisfacción laboral y género en los alojamientos turísticos rurales de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Andalucía, España*

Cómo citar: Trillo Rodríguez, M. J., Flores Ruiz, D. y Ortega Moreno, M. (2025). Satisfacción laboral y género en los alojamientos turísticos rurales de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Andalucía, España. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 22. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr22.slga>

María José Trillo Rodríguez

Universidad de Huelva, España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0265-7036>

David Flores Ruiz^a

Universidad de Huelva, España

david.flores@dege.uhu.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8386-8726>

Mónica Ortega Moreno

Universidad de Huelva, España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3317-9898>

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr22.slga>

Recibido: 10 marzo 2025 ■ Aceptado: 05 mayo 2025 ■ Publicación: 04 diciembre 2025

Resumen:

A partir de una encuesta estructurada, se analiza la satisfacción laboral con perspectiva de género de propietario/as y gerente/as de los alojamientos turísticos del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, así como sus motivos para emprender en este tipo de negocios. Los objetivos están relacionados con determinar el grado de satisfacción laboral de las personas propietarias y las diferencias de género, así como establecer las razones que los llevan a emprender en turismo rural. Los principales hallazgos apuntan a que el tipo de alojamiento rural mayoritario es la vivienda turística, que genera rendimientos de capital inmobiliario. Sin embargo, las mujeres, respecto a los varones, gestionan una mayor proporción de casas rurales y de establecimientos hoteleros. Asimismo, el alojamiento rural no es la principal fuente de ingresos en la mayoría de los casos, por lo que se configura como un complemento a otras fuentes principales de ingresos. En cuanto a su formación, las

^a Autor de correspondencia: david.flores@dege.uhu.es

personas encuestadas, tanto varones como mujeres, poseen un nivel muy alto de cualificación, un alto porcentaje de ellos cuenta con estudios universitarios. Para finalizar, estas personas están altamente satisfechas con la actividad que realizan en relación con el turismo rural, excepto cuando está su familia implicada en la gestión.

Palabras clave: :turismo rural, condiciones de trabajo, mujer, emprendimiento.

Job Satisfaction and Gender in Rural Tourist Accommodations in the Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Andalusia, Spain

Abstract:

A structured survey was used to analyze the job satisfaction with a gender perspective of owners and managers of tourist lodgings in the Sierra de Aracena y Picos de Aroche Natural Park, as well as their reasons for starting this type of business. The objectives are related to determine the degree of job satisfaction of the owners and the gender differences, as well as to establish the reasons that lead them to engage in rural tourism. The main findings point to the fact that the main type of rural lodging is tourist housing, which generates returns on real estate capital. However, women, with respect to men, manage a greater proportion of rural houses and hotel establishments. Likewise, rural lodging is not the main source of income in most cases, being configured as a complement to other main sources of income. In terms of training, the people surveyed, both men and women, have a very high level of qualification, with a high percentage having university studies. Finally, these people are highly satisfied with the activity they carry out in relation to rural tourism, except when their family is involved in the management.

Keywords: Rural Tourism, Working Conditions, Women, Entrepreneurship.

Introducción y justificación

Como organismo especializado de las Naciones Unidas en el ámbito del turismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) tiene el compromiso de lograr que el desarrollo turístico contribuya en mayor medida a mejorar la vida de las mujeres y, de este modo, que se alcance el Objetivo de desarrollo sostenible (OMS) 5: lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. Además de este objetivo, se pueden señalar otros que, de manera directa o indirecta, contribuyen a mejorar la vida de las personas, tales como el objetivo 1: fin de la pobreza, tal y como apuntan Cruz, Devesa y Quiñones (2020); aunque, a pesar de esto, aun cuando Brasil y Costa Rica presentan datos positivos de ingreso de turistas, tienen las tasas más altas de desempleo femenino, así como un elevado porcentaje de mujeres en situaciones de pobreza extrema y pobreza; también el objetivo 3: salud y bienestar, el cual está relacionado con la satisfacción laboral; y el objetivo 10, que lo está con la reducción de las desigualdades. Este objetivo se analiza incluso de cara al futuro, como lo hace Pritchard (2018), que ve en las sociedades del mañana revoluciones en robótica e inteligencia artificial (AI), que llevarán a desigualdades en las interacciones entre el huésped y el servicio, observándose que los robots femeninos están hechos para cuidar y los masculinos para reparar. Por último, con respecto al objetivo 8, de trabajo decente y crecimiento económico, autores como Wilkinson y Pratiwi (1995) evidencian, para el caso de Pangandaran (Indonesia), que, aunque personas no locales con capital extranjero invierten en turismo local y aquellas personas oriundas de la zona, con barcos de pesca o tierras, venden y mejoran su situación, la situación genera que las/os lugareñas/os de clase baja se vean abocados a la marginalidad, encontrando trabajos informales.

La creación de empresas con perspectiva de género extrae una serie de condicionantes que hacen que se analicen y debatan como elementos diferenciadores de mujeres y varones. Así, Winn (2005) identifica que las variables

sociales y familiares influyen de manera diferente en varones y mujeres a la hora de emprender y crear empresas. Además, se señala a las mujeres como las responsables de anticiparse a las exigencias de crear una empresa con un espíritu realista y de considerar los sistemas de apoyo que necesitan para lograr el éxito. La autora manifiesta que se necesitan cambios políticos proactivos para que las mujeres puedan elegir una carrera profesional sin que tengan que sacrificar sus familias, sueños, salud e independencia económica. En la misma línea, otros autores/as, como Rao *et al.* (2022), muestran como condicionantes del fracaso, o del poco éxito empresarial femenino en turismo, la falta de soporte social. Sin embargo, cuando las mujeres reciben este apoyo, se muestran empoderadas para ir más allá con el negocio familiar, siendo más innovadoras.

Se señalan, además, los beneficios de establecer relaciones con agencias de desarrollo, *stakeholders* y colegas. En poblaciones típicamente agrícolas, como es el caso de Serbia, Cvijanovi# y Gaji# (2020) muestran cómo este turismo rural está poco desarrollado y conlleva pocos ingresos. Además, las mujeres, en estas zonas, no disponen de suficientes apoyos de las instituciones, por lo que es difícil gestionar el trabajo y la familia. Debido a razones patriarcales, las mujeres rurales no solo necesitan apoyo financiero, sino también de la familia, para poder establecerse en el turismo rural y contribuir económicamente. Existen, además, las viviendas de alojamiento familiar, que en el caso de Vietnam son generadoras de ingresos extra junto a otras actividades, lo que mantiene los roles de género (Quang *et al.*, 2023).

Aunque la variable género ha venido siendo analizada en el turismo rural, la satisfacción laboral ha sido abordada en escasas ocasiones. Sin embargo, se trata de una de las variables más importantes para prestar servicios de calidad, y garantizar que las empresas turísticas tengan éxito. No en vano, la satisfacción del cliente y los beneficios de las empresas solo se pueden alcanzar a través de empleados/as satisfechos/as (Cvijanovi# *et al.*, 2018). En este sentido, se manifiestan Sierra *et al.* (2010), al concluir que el desarrollo y la formación de los recursos humanos se han configurado en variables claves para la satisfacción laboral en los establecimientos de turismo rural en la Sierra de Huelva. Asimismo, en Serbia, Cikic *et al.* (2018) señalan que las mujeres, al estar menos formadas, están en posiciones más bajas, lo que implica, por tanto, una subordinación y conlleva que ellas no pueden tomar decisiones en el turismo rural, lo cual podría influir en su satisfacción laboral.

Las principales hipótesis que se plantean en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche en cuanto a las personas propietarias de los alojamientos de turismo rural son las siguientes.

Hipótesis 1: existen diferencias de género en el grado de satisfacción laboral de las personas propietarias y/o gerentes de alojamientos de turismo rural localizados en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

Hipótesis 2: existen diferencias significativas de género en las personas propietarias y/o gerentes propietarios/as de alojamientos de turismo rural en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

Hipótesis 3: los alojamientos rurales en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche son principalmente un complemento de otras actividades principales, si bien se pueden detectar diferencias de género.

Hipótesis 4: el emprendimiento femenino en los alojamientos de turismo rural en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche es la clave para el desarrollo del turismo rural en el Parque Natural.

Antecedentes y estado de la cuestión

Antecedentes

La OMT entiende el turismo rural como

un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (ONU Turismo, 2025)

Asimismo, la OMT señala que “las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y estructuras sociales y formas de vida tradicionales” (ONU Turismo, 2024).

El turismo rural en España ha sufrido un crecimiento significativo en las últimas décadas, debido a los cambios en las motivaciones de los turistas; al cambio de los gustos, que han pasado de un turismo de sol y playa a un turismo interesado en el mundo rural; al deseo de aventura en un medio diferente; al aumento de las preocupaciones y de las motivaciones medioambientales, y a la vuelta a los valores de la cultura local y de sus recursos endógenos.

Además de estos factores externos, se remarca la apuesta por parte de la administración de transformar la obsolescencia productiva del mundo rural (Pulido y García, 2011). Así, en este sentido, la iniciativa comunitaria Leader, puesta en marcha en 1991, surge debido a la necesidad detectada por la Unión Europea de dar vida y de desarrollar el mundo rural (Castrillón *et al.*, 2010).

Por su parte, entre otros retos del turismo rural, se encuentra la necesidad de atraer turistas internacionales y de generar una oferta que diferencie cada territorio con sus peculiaridades. Además, se debe apostar por la tecnología en el medio rural con motivo de captar turistas potenciales y de mejorar las reservas (Pulido y García, 2011). Del mismo modo, se pone de manifiesto, en el análisis que hace Rodríguez (2006) para la región de Galicia, la recepción de una cantidad muy baja de demanda de turismo rural extranjero.

La gobernanza de los destinos turísticos, considerada como uno de los pilares de los destinos turísticos inteligentes (DTI) (SEGITUR), incluye en la evaluación del desempeño y la satisfacción de las partes interesadas. Así, la revisión del análisis que se hace de la gobernanza en destinos como Benidorm, Gijón, Málaga, Santander e Isla de Tenerife muestran cómo solo en Gijón se ha evaluado la satisfacción de las partes interesadas (Gómez-Bruna y Thiel-Ellul, 2024). Esto pone de manifiesto cómo la satisfacción de los/as gestores/as y de las personas propietarias de los alojamientos rurales aún está poco valorada, a pesar de la necesidad de hacerlo para poder implementar procesos de gobernanza basados en la calidad, según el estudio de Sierra *et al.* (2010), en un destino turístico como es la Sierra de Huelva, analizado también en la presente investigación.

Por otro lado, investigaciones recientes muestran cómo el emprendimiento femenino en turismo rural puede generar importantes aportaciones a la hora de hacer frente a problemas actuales, como los procesos innovadores o el empoderamiento femenino, contribuyendo de esta forma positivamente en la actual sociedad, según recogen Rodríguez *et al.* (2024).

Por consiguiente, considerando la importancia que comienza a adquirir el turismo rural desde hace unas cuantas décadas, junto a las necesidades y problemática que también comienza a experimentar, se hace necesario profundizar en el análisis de determinados aspectos críticos, no muy tratados en la literatura, entre los que se encuentran la satisfacción laboral de las personas propietarias y gestoras, así como de las diferencias de género que se pueden detectar y cuyas mejoras pueden contribuir a generar un mayor bienestar social.

Turismo rural y emprendimiento

Las investigaciones en emprendimiento turístico en áreas rurales aumentan considerablemente a partir del año 2019. Estas investigaciones ponen el foco en el desarrollo local, en la sostenibilidad y en la participación de la mujer (Pulido y García, 2011).

Las regiones y los municipios donde se encuentran las empresas de turismo rural facilitan que se emprenda en el lugar. Sin embargo, si las personas emprendedoras no son innovadoras y arriesgadas, las áreas rurales no mejoran

(Komppula, 2014). Se puede señalar, a modo de ejemplo, la investigación llevada a cabo por Peng y Lin (2016) en Hengshan, una zona de Taiwán donde se desarrolla un sistema de emprendedores sociales a partir de dos proyectos pilotos. Los resultados son la disminución de la tasa de desempleo, el retorno de capital humano y la innovación.

El análisis de empresas sociales en el entorno rural de Irán pone de manifiesto que el capital social y la creatividad influyen en el rendimiento y en el desempeño de estas empresas. Además, las personas emprendedoras sociales desarrollan soluciones creativas para afrontar los problemas sociales de la población rural iraní (Naderi *et al.*, 2019). En este sentido, autores/as como Del Río *et al.* (2023) realizan una revisión sistemática de la literatura en la que entrelazan turismo, emprendimiento, género e innovación, poniendo de manifiesto que en la industria turística las mujeres poseen mayor potencial transformador, asimismo, el turismo se expone como un campo de emprendimiento atrayente.

La forma jurídica del alojamiento rural es la premisa de partida en el emprendimiento femenino, así lo determinan en Grecia Koutsou *et al.*, (2009), donde estas casas de agroturismo son creadas en dos formas jurídicas: privada y cooperativa. El apoyo familiar y las redes se edifican como los pilares del turismo rural femenino en la mejora del desempeño en Costa Rica (Cruz *et al.*, 2020). En Illinois, Wilson *et al.* (2001) apuntan a diez factores claves del éxito en el desarrollo turístico rural, mediante las cuales se pone de manifiesto la importancia del entorno y la comunidad, para que las personas emprendedoras lleguen al éxito.

Las autoras Cunha *et al.* (2020), en su investigación llevada a cabo en el sur de Portugal, encuentran como principal motivación para emprender en este medio el estilo de vida rural, enfocado en el cuidado del medioambiente. Algo similar ocurre en Castilla y León (España), donde las mujeres emprendedoras eligen el espacio rural natural como identificación de tranquilidad y mejor calidad de vida, en el sentido de que es un mejor entorno para la crianza de hijos/as y para disfrutar de la familia y del ocio (Trigueros y Prieto, 2016). Por su parte, McGehee *et al.* (2007) encuentran en su investigación como motivos principales para el emprendimiento el aporte de ingresos adicionales o el aprovechamiento de los recursos. En este mismo sentido, Prados Velasco (1998) también señala como motivo de la creación de este tipo de empresas la posibilidad de obtener rentas complementarias.

Jaafar y Rasoolimanesh (2015) identifican que, en el Parque Nacional de Kinabalu, en Sabah, la mayoría de las pequeñas empresas que se crean son impulsadas por mujeres de mediana edad o mayores, con muy poca formación, las cuales recurren a sus ahorros, ya que apenas reciben financiamiento o incentivos del gobierno. Lo mismo ocurre en Irlanda, donde la edad media es de 58 años, y las mujeres buscan la diversificación en el agroturismo, los productos, los servicios y las energías renovables (Jack *et al.*, 2021). Sin embargo, en una investigación llevada a cabo en Macedonia por Serafimova y Petrevska (2018) se concluyen opiniones confrontadas en tanto que existen prejuicios en cuanto a la capacidad y la experiencia de las mujeres emprendedoras en turismo. En relación con el ecoturismo y el medio natural, en Guayanesa Rain Forest, Dilly (2003) concluye que los programas locales de ecoturismo deben evaluarse teniendo en cuenta el género, y específicamente el género local. En Kenya, se realiza una investigación en la que se muestra beneficios para las mujeres locales por parte del ecoturismo. En este mismo sentido, también se manifiestan Kunjurman y Hussin (2016), con la investigación desarrollada en Abai Village (Malaysia), en la que se pone de manifiesto cómo la participación de las mujeres en el ecoturismo las ha empoderado. Lo mismo ocurre con el agroturismo, en el que Gil Arroyo *et al.* (2019) concluyen que esta tipología de turismo contribuye a cuatro áreas de empoderamiento de la mujer: la psicológica, la social, la política y la económica.

Sin embargo, no todos los proyectos de ecoturismo brindan empoderamiento a la sociedad local, en general, y a las mujeres, en particular, tal y como concluyen Irandu y Shah (2014). En el agroturismo, en este caso en Inglaterra, faltan capacidades emprendedoras para las personas que se dedican a la agricultura, ya que ellas poseen las competencias empresariales necesarias para emprender un negocio de turismo rural, según Phelan, y Sharpley (2012). Por su parte, Anderson y Eswaran (2009) declaran que lo que genera autonomía a las mujeres es el trabajo fuera de las granjas de sus maridos.

Podría decirse que hay una deficiencia en el análisis de género de las políticas estratégicas empresariales y en los modelos de gobernanza, sobre todo, teniendo en cuenta que el espíritu empresarial conlleva al empoderamiento económico de la mujer, tal y como lo manifiestan Figueroa-Domecq *et al.* (2020).

Uno de los puntos clave para que las mujeres desarrollen su potencial empresarial en el mundo rural son las asociaciones o, como Vujko *et al.* (2019) lo denominan, los *grupos de autoayuda*. Asimismo, los ingresos salariales tienen una mayor influencia en la autonomía e independencia de las mujeres, respecto a otros tipos de ingresos, como pueden ser los recursos disponibles o heredados, según Agarwal (1997).

En líneas generales, las informaciones que arrojan algunas investigaciones en la materia (McGehee *et al.*, 2007; Bensemann y Hall, 2010; Nulleshi y Kalonaityte, 2023; Castrillón *et al.*, 2010; Čolović *et al.*, 2021; Prados Velasco, 1998; Duarte y Pereira, 2018, Cruz *et al.*, 2020), indican que las motivaciones para crear estas empresas de turismo rural o para diversificar la actividad principal (agraria) son, entre otras, obtener ingresos adicionales y rentas complementarias y/o generar sus propios ingresos; recuperar las casas y explotaciones, utilizando los recursos de los que disponen; llevar una vida tranquila en el medio rural y natural; mantener un equilibrio entre la vida personal y laboral; emplear a familiares, y, en algunos casos, usarlo como *hobby* o pasatiempo.

En cuanto a género, se apuntalan los roles tradicionales de género en muchos casos, en otros se busca un equilibrio entre la familia, los hijos y la casa, y se intenta emplear a miembros de la familia. Se señala un nivel cultural alto en algunos casos, lo que lleva a iniciar la actividad. Asimismo, las mujeres en algunas zonas manifiestan una mayor inteligencia emocional. Para finalizar, se señala una falta de apoyo institucional a las mujeres y a esta actividad, y un aumento de responsabilidades para las mujeres.

Diferencias de género en la gestión de los alojamientos rurales

La autora Swain (1995) reconoce desigualdades en el desarrollo del turismo y plantea como solución, para promover el cambio hacia la igualdad, el estudio de las relaciones de género, ya que existe una amplia experiencia en este campo del turismo. Señala, además, al género como un factor importante en las interacciones humanas y como una base en las ciencias sociales del turismo.

El trabajo de las mujeres es la clave para el desarrollo del turismo rural, ya que sus tareas son similares a las realizadas en el hogar. En este sentido, se manifiestan García-Ramón *et al.* (1995), quienes reconocen que la importancia de las mujeres viene dada porque sin ellas el turismo rural, y en especial el agroturismo, no podría soportar contratar a una persona gestora. Asimismo, el agroturismo es una alternativa válida para las mujeres, ya que presenta una combinación de trabajo, ingresos y responsabilidades domésticas. Además, contribuyen a la conservación del medioambiente en el ámbito rural y de las granjas pequeñas.

Por su parte, Segovia-Pérez *et al.* (2019) manifiestan que existe un mayor grado de feminización del sector en el entorno rural, con peores condiciones que las que tienen las mujeres en el entorno urbano. En la misma línea, Rivera Mateos (2018) concluye que hay una mayor presencia de mujeres en las ocupaciones peor pagadas en el medio rural, así como un mayor cargo de responsabilidades familiares.

El mercado de trabajo en el sector turístico, analizado en Brasil por Sousa *et al.* (2024), ciñe la idea de que determinados subsectores del turismo emplean más mujeres, especialmente aquellos en los que no se valoran tanto las cualificaciones, pero sí las cualidades consideradas como femeninas. En Palatina, Brasil, en el circuito Rajadinha, las mujeres conquistaron un espacio tradicionalmente ocupado por varones, concediéndoles el mérito

de ser reconocidas como elementos claves en la promoción y en el desarrollo de este segmento en la región (Duarte y Pereira, 2018).

Si analizamos el caso de otros países que respaldan el género con el desarrollo de una importante legislación en igualdad, como es el caso de Suecia, se comprueba que, en el caso del turismo rural, hay una tendencia a seguir los roles tradicionales y las jerarquías en género, similares a otros países (Nulleshi y Kalonaityte, 2023).

Esto mismo ocurre en España, ya que Sparrer (2003), en su investigación realizada en la costa coruñesa, desmitifica que el turismo rural sirva para incorporar a la mujer al trabajo remunerado. Se comprueba que la mujer continúa con el rol de ama de casa e incluso se refuerza este rol y se la mantiene invisible. Los roles de género se afianzan y no cambian con el turismo agrícola, los hombres siguen teniendo el control en todos los ámbitos (Caballé, 1999).

Por otro lado, puede apuntarse cómo se observa un ligero cambio de tendencia en cuanto al turismo rural como una renta complementaria para las mujeres, aumentando el porcentaje hasta un 36,5 % en 2013 como renta principal (Talón Ballesteros *et al.*, 2014). En las Islas Canarias, concretamente en La Palma, cerca de la mitad de mujeres ejercen la titularidad y la gestión de los alojamientos rurales (Morales y Fernández, 2019). Asimismo, Wright y Annes (2014) apuntan que “las mujeres en el mundo rural cambian de posición de ‘ayuda agrícola’ a ‘autoridad agrícola’” (p. 494).

La satisfacción laboral y las variables a tener en cuenta

Locke (1969) define la satisfacción laboral como un estado entre lo que uno espera de su trabajo y lo que en realidad percibe que recibe de este. Por su parte, para Spector (1997),

la satisfacción laboral es simplemente como la gente se siente sobre su trabajo y los diferentes aspectos de los mismos. Es la medida por la cual a la gente le gusta su trabajo (satisfacción) o no le gusta (insatisfacción). Es una variable actitudinal (p. 2).

Herberg, (1968) distingue entre factores motivadores y los de “higiene” como componentes que influyen en la satisfacción laboral. Los motivadores son

los logros, el reconocimiento, la responsabilidad, el crecimiento y el trabajo propio y los factores higiene son las políticas de empresa, la supervisión, las relaciones con la persona supervisora, las condiciones de trabajo, el salario, las relaciones con los/as compañeros/as, los elementos de la vida personal, las relaciones con las personas subordinadas el *status* y la seguridad. (p. 9)

Las conclusiones a las que llegan Tietjen y Myers (1998), en lo que respecta a la comparativa de las teorías de Locke y de Herzberg, son básicamente que el concepto de *actitud*, como una fuerza poderosa, ha sido complementado por Locke con los valores y su importancia en el trabajo de objetivos, con consecuencias en la satisfacción laboral. De forma que los valores que una persona trabajadora lleva consigo al puesto de trabajo conforman la manera en la que se desarrollan sus actitudes.

Celi (2011) define la satisfacción laboral como “una emoción que surge del clima, la cultura y la identificación de la gestión que está vinculada a los comportamientos justos de la persona que ejerce la gerencia” (p. 13). Por su parte, Abbas *et al.* (2014) llegan a la conclusión de que, cuando las personas empleadas perciben las políticas organizacionales y procedimientos ambiguos, con una pobre comunicación y falta de *feedback* y de directrices en el lugar de trabajo, se reduce su satisfacción y su rendimiento, aumentando la probabilidad de su salida de la organización.

En cuanto a las variables que se suelen utilizar para analizar la satisfacción laboral, encontramos autores/as, como Izvercian *et al.* (2016), que identifican seis variables de satisfacción laboral, como son las percepciones organizacionales, los factores perturbadores, la interacción social, las características de las personas empleadas, la motivación y las características del ambiente organizacional.

En turismo rural, nos encontramos diferentes motivadores que forman parte de la satisfacción laboral, tales como trabajar con la familia, sentirse orgullosos del alojamiento y de la independencia que este aporta, conseguir que la clientela esté contenta, sentirse orgulloso/a de la casa, dirigir un buen negocio y ver a la clientela disfrutar de la zona. Por el contrario, lo que más insatisfacción conlleva es la falta de tiempo, la dificultad para encontrar su propio espacio o los conflictos familiares (Getz y Carlsen, 2000).

En el norte de Carolina, las mujeres en agroturismo perciben como factores de éxito, y por tanto como motivadores, el asegurarse de la satisfacción del cliente, la continuación del negocio familiar y que este no desaparezca, y la constancia y la búsqueda de la felicidad (Halim *et al.*, 2020). En este mismo sentido, Rosa *et al.* (2008) afirman que la percepción de la calidad recibida influye en la satisfacción de la persona encargada del alojamiento de turismo rural.

Por su parte, Getz y Carlsen (2000) encuentran que dos de los aspectos que mayor satisfacción laboral aportan a las personas propietarias de alojamientos rurales son el trabajo en equipo y ver a la clientela disfrutar, seguidos de trabajar en casa, pasar tiempo juntos y estar orgulloso/a de ser la persona propietaria/gerente. Por el contrario, en esta misma investigación, se pone de manifiesto que dos de las mayores dificultades que hay en el negocio son el compromiso con el tiempo y el trabajo de oficina, seguido de no tener tiempo libre y de la dificultad para encontrar un balance entre la familia y el trabajo.

En un estudio realizado en Sri Lanka, en el cual se analizan los datos de 30 mujeres de la industria hotelera y 30 de la industria no hotelera, las habilidades de comunicación efectivas representan un factor de éxito en las mujeres de la industria hotelera, y, por lo tanto, de satisfacción laboral (Rasanjali *et al.*, 2021). El nivel de satisfacción de las mujeres es mayor que el de los varones en Eskisehir, ocupando puestos más altos que los varones.

Sin embargo, el estudio de Unluoglu (2022) concluye que no se encuentran diferencias estadísticamente significativas entre el género y la satisfacción laboral; mientras que Altunel (2021), en su estudio sobre el ecoturismo en el Kure Mountains National Park en Turquía, muestra que las mujeres están satisfechas laboralmente; aunque si tuvieran la oportunidad de tener otro empleo, lo aceptarían.

Por consiguiente, según los estudios consultados, podría concluirse que, mientras en algunas investigaciones se concluye que la mujer está más satisfecha que el varón en lo que respecta a su empleo en el turismo rural, en otros casos no se detectan diferencias significativas de género. A lo que habría que añadir algunos de esos estudios que ponen de manifiesto cómo la mayor satisfacción laboral de la mujer está directamente relacionada con la satisfacción del cliente y con el entorno en el que desempeñan su trabajo.

La satisfacción laboral en el turismo rural —según las investigaciones de Sierra, Ramos y González (2010); Cikic *et al.* (2018); Hernández Maestro *et al.* (2008); Halim *et al.* (2020); Getz y Carlsen (2000); UNLUOGLU (2022), y Altunel (2021)— apuntan a que la formación y el desarrollo son claves para la satisfacción laboral. Se concreta que a menos formación, más subordinación y no se tiene el poder de toma de decisiones. Asimismo, la satisfacción del cliente y asegurarse el negocio familiar son claves para el éxito. El trabajo con la familia genera satisfacción laboral, pero, al mismo tiempo, cuando hay conflictos internos, crea insatisfacción; además, se añaden otros factores como los problemas de tiempo e interferencias con la vida familiar. En cuanto al género, las mujeres en este campo son de edad media y están ocupadas principalmente en las tareas de alojamientos y de actividades tradicionalmente consideradas femeninas. Ellas se muestran infravaloradas y no reconocidas y manifiestan que el apoyo de organizaciones puede aumentar el éxito de su negocio.

Objetivos y metodología de la investigación

Objetivos

Considerando la necesidad de reducir la brecha de género en el mercado laboral en general, y en el turismo rural en particular, para contribuir a la consecución de determinados ODS; así como la importancia que tiene la satisfacción laboral a la hora de cumplir, tanto con correcto desempeño de las empresas turísticas como con el bienestar social, a continuación, se concretan los diferentes objetivos que se proponen abordar en la presente investigación:

- Detectar diferencias de género entre las personas propietarias y/o gerentes de los alojamientos de turismo rural localizados en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.
- Determinar el grado de satisfacción laboral de las personas propietarias y/o gerentes y de sus factores explicativos, así como las diferencias de género que se puedan identificar en estas variables.
- Establecer las razones que llevan a las personas propietarias a emprender en turismo rural, analizando su perfil e identificando posibles diferencias de género.

Metodología del análisis bibliográfico

Para poder dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación y contrastar las hipótesis diseñadas, consideramos necesario hacer un análisis previo de la literatura en todas las variables descritas, para así poder esbozar el posterior cuestionario. Se consultaron las bases de datos de Scopus, Web of Science y Google Scholar. Se seleccionaron aquellas publicaciones más relevantes y acordes con el objeto de la investigación, en las que se realizó una búsqueda que incluyó los siguientes términos: “turismo rural”, “ecoturismo”, “agroturismo”, “turismo de naturaleza”, “género”, “satisfacción laboral” y “emprendimiento”. La búsqueda se realizó en los idiomas español e inglés. Debido a la escasez de investigaciones en las que se incluyen estas variables, se procedió a buscar las variables por separado y a relacionadas siempre con el turismo rural.

Metodología del estudio de caso

En un primer momento, se identificaron, a través de una consulta al Registro Andaluz de Turismo, de la Conserjería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, todos los alojamientos, así como los datos de las personas propietarias, para poder contactar a todas las personas inscritas en los municipios que conforman el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche. En el registro de la Conserjería, a la fecha del 2 de febrero de 2024, constaban 142 casas rurales, 25 establecimientos hoteleros, 3 *campings* de turismo, 49 viviendas con fines turísticos y 517 viviendas turísticas de alojamiento rural en los 28 municipios del Parque Natural Sierra de Aracena

y Picos de Aroche. Posteriormente, se envió un *email* en el que se explicó el motivo y los objetivos del cuestionario a todas las personas propietarias de los alojamientos que se encuentran en los municipios del parque natural.

Las encuestas estructuradas se realizaron desde el 20 de febrero de 2024 y el 14 de mayo de 2024. Sin embargo, dado el bajo índice de respuestas por vía correo electrónico, contactamos por teléfono con los propietarios/gerentes de los alojamientos, con el objetivo de hacerles la encuesta.

Como resultado de todo este proceso, se obtuvieron 187 encuestas, con un 25,40 % de representatividad. Sin embargo, algunas personas propietarias, cuando se les pasó la encuesta, aún no habían comenzado a desarrollar la actividad turística, aunque tenían el alojamiento turístico registrado. En otros casos, nos encontramos con personas propietarias que tenían varios alojamientos, aunque algunos/as de ellos/as ya no se dedicaban al turismo rural. Por todo esto, una vez depurada la base de datos, el total de alojamientos fue de 512, lo cual representa el 36,52 % de las respuestas recabadas.

El cuestionario estructurado incluyó preguntas con escala Likert de 1 a 5, en la que 1 representa la respuesta “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”. Asimismo, el cuestionario tenía 5 secciones y tres bloques. La primera sección presentaba motivos del cuestionario, el tiempo estimado de respuesta y las instrucciones. La segunda sección del primer bloque contenía las preguntas sociodemográficas y la del bloque segundo se refería al trabajo en el turismo rural. La sección cuarta incluía los puntos concernientes a la satisfacción laboral con preguntas en escala Likert y la última sección contenía la despedida y el agradecimiento, además de una pregunta abierta para compartir sugerencias o comentarios del turismo rural o del cuestionario.

Los datos se analizaron mediante la versión 27 del paquete estadístico SPSS. En primer lugar, se determinaron frecuencias absolutas y porcentajes para las variables de interés, calculando los valores medios y las medidas de dispersión de los totales, y haciendo distinción también por género. Para detectar diferencias significativas de género, se realizó el contraste de igualdad de medias mediante el test Chi-cuadrado con el objetivo de detectar asociaciones entre el género y las restantes variables que miden proporciones. Para ambas pruebas, se estableció un nivel de confianza del 95 %.

Por su parte, para determinar el grado de correlación entre la variable “satisfacción laboral” y el resto de variables, se calculó la desviación típica y la media. Los resultados también se indican con un nivel de confianza del 95 %.

Resultados

Se presentan los resultados en dos subepígrafes. En primer lugar, se caracteriza el perfil de las personas propietarias-gerentes de los alojamientos turísticos, así como de las principales características de sus procesos de gestión, prestando especial atención a las posibles diferencias de género. Y, en un segundo subepígrafe, se analiza el grado de satisfacción de estas personas respecto al negocio que gestionan, prestando también atención a las diferencias de género al respecto.

Caracterización de los propietarios-gerentes y sus procesos de gestión

A continuación, en la tabla 1 se recogen los resultados del análisis de género entre las personas gestoras y/o propietarias de establecimientos de alojamiento rural en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche en la provincia de Huelva.

TABLA 1.
ESTUDIO DESCRIPTIVO Y DE ASOCIACIÓN SEGÚN GÉNERO

			Varón		Mujer			
	Casos	Porcentaje	Casos	Porcentaje	Casos	Porcentaje	Est.	Sig.
	187	100 %	101	54,01 %	86	45,99 %		
Estudios								
Formación no universitaria	69	36,90 %	41	40,59 %	28	32,56 %	1.288	.256
Formación universitaria	118	63,10 %	60	59,41 %	58	67,44 %		
Situación personal								
Casado/a	125	66,84 %	66	65,35 %	59	68,60 %	1.092	.779
Divorciado/a	19	10,16 %	10	9,90 %	9	10,47 %		
Soltero/a	20	10,70 %	13	12,87 %	7	8,14 %		
Otro/a	23	12,30 %	12	11,88 %	11	12,79 %		
Nacido en la comarca								
No	105	56,15 %	56	55,45 %	49	56,98 %	.044	.833
Sí	82	43,85 %	45	44,55 %	37	43,02 %		
Tipo de alojamiento								
Vivienda turística AR	144	77,01 %	85	84,16 %	59	68,60 %	6.346	.012
Casa rural/establecimiento hotelero	43	22,99 %	16	15,84 %	27	31,40 %		
Forma jurídica								
Rendimiento de capital inmobiliario	89	47,59 %	54	53,47 %	35	40,70 %	3.314	.346
Autónomo	58	31,02 %	29	28,71 %	29	33,72 %		
Sociedad capitalista/economía social	26	13,90 %	12	11,88 %	14	16,28 %		
NS/NC	14	7,49 %	6	5,94 %	8	9,30 %		
Cargo								
Gerente propietario/a	94	50,27 %	48	47,52 %	46	53,49 %		
Propietario	72	38,50 %	44	43,56 %	28	32,56 %		
Gerente contratado/a	6	3,21 %	1	0,99 %	5	5,81 %		
Trabajador/a contratado/a	6	3,21 %	3	2,97 %	3	3,49 %		
Otro	9	4,81 %	5	4,95 %	4	4,65 %		
Propiedad vs. contrato								
Propietario/a	166	88,77 %	92	91,09 %	74	86,05 %	1.185	.276
Contratado/a	21	11,23 %	9	8,91 %	12	13,95 %		
Tipo de contrato								
Autónomo/a	74	39,57 %	39	38,61 %	35	40,70 %	16.203	.003
Tiempo completo	59	31,55 %	35	34,65 %	24	27,91 %		
Tiempo parcial	7	3,74 %	2	1,98 %	5	5,81 %		
Jubilado/a	22	11,76 %	18	17,82 %	4	4,65 %		
Otro	25	13,37 %	7	6,93 %	18	20,93 %		
Familia implicada en la gestión								
No	91	48,66 %	50	49,50 %	41	47,67 %	.062	.803
Sí	96	51,34 %	51	50,50 %	45	52,33 %		

Personal por cuenta ajena								
No	137	73,26 %	79	78,22 %	58	67,44 %	2.370	.124
Si	49	26,20 %	22	21,78 %	27	31,40 %		
NS/NC	1	0,53 %		0,00 %	1	1,16 %		
Idea propia de la empresa								
No	42	22 %	14	14 %	28	33 %	9.323	.002
Si	145	78 %	87	86 %	58	67 %		
Dedicación exclusiva								
No	147	78,61 %	85	84,16 %	62	72,09 %	4.021	.045
Si	40	21,39 %	16	15,84 %	24	27,91 %		
Principal fuente de ingresos								
No	152	81,28 %	86	85,15 %	66	76,74 %	2.157	.142
Si	35	18,72 %	15	14,85 %	20	23,26 %		
Motivos para crear la empresa								
Oportunidad de negocio	92	49,20 %	53	52,48 %	39	45,35 %	4.615	.329
Complemento económico	41	21,93 %	23	22,77 %	18	20,93 %		
Vocación personal	32	17,11 %	15	14,85 %	17	19,77 %		
Sugerencia	13	6,95 %	4	3,96 %	9	10,47 %		
Otro	9	4,81 %	6	5,94 %	3	3,49 %		
Motivos para crear la empresa								
Económicos	133	71,12 %	76	75,25 %	57	66,28 %	1.819	.177
No económicos	54	29,03 %	25	24,75 %	29	33,72 %		

Fuente: elaboración propia.
Nota. AR: alojamiento rural.

La tabla 1 muestra un análisis detallado de diversas características de los 187 gerentes y/o personas propietarias participantes en el estudio, reportando, según género, un 54,01 % de hombres y un 45,99 % de mujeres. En cuanto al nivel educativo, el 63,10 % cuenta con estudios universitarios y no se identificaron diferencias estadísticamente significativas por género respecto a la proporción de participantes con estudios universitarios o sin ellos ($p = .256$). Respecto a la situación personal, se destacan los/as casados/as (66,84 %) frente a los/as solteros/as, divorciados/as y otras, y no se aprecian diferencias significativas respecto a esta variable entre hombres y mujeres ($p = .779$). Además, un 56,15 % no nació en la comarca, dato que tampoco muestra diferencias relevantes por género ($p = .833$).

El tipo de alojamiento destaca como una variable con disparidades significativas: las viviendas turísticas AR son predominantes (77,01 %), si bien los hombres tienen mayor representación en este ámbito (84,16 %) frente a las mujeres (68,60 %) ($p = .012$), para las cuales las casas rurales y los alojamientos hoteleros adquieren, en términos relativos, mayor importancia.

Respecto a la forma jurídica en la que se constituyen estos alojamientos, el régimen de rendimiento de capital inmobiliario es el más común (47,59 %), seguido por autónomos/as (31,02 %), sin diferencias significativas entre géneros ($p = .346$). Aunque los resultados muestrales parecen apuntar a que una mayor proporción de hombres declaran la actividad como rendimientos del capital, lo cual será necesario contrastar en posteriores investigaciones.

Los cargos ocupados reflejan una tendencia hacia la figura de gerente propietario/a (50,27 %), con una distribución similar entre hombres y mujeres. Asimismo, el 88,77 % de los participantes son propietarios/as de sus negocios, sin que el género influya de manera significativa ($p = .276$).

En lo referente al tipo de contrato, predominan los autónomos/as (39,57 %), seguido de los tiempos completos (31,55 %), una tendencia que se mantiene en ambos sexos. No obstante, en lo que a esta variable respecta, se observan diferencias significativas ($p = .003$) en la respuesta “otros” a favor de la mujer, la cual hace referencia a las amas de casa, a funcionarias con excedencia, a mujeres desempleadas, sin contrato, etc., mientras que las personas jubiladas adquieren una mayor importancia entre los hombres. En definitiva, todos estos colectivos representan alrededor del 25 % de las personas gerentes/propietarias de este tipo de alojamientos.

La implicación familiar es un elemento relevante en la gestión. Un 51,34 % de los negocios cuentan con familiares involucrados, sin diferencias significativas entre hombres y mujeres ($p = .803$). En cuanto al personal contratado, el 73,26 % no cuenta con empleados, y no se aprecian diferencias estadísticamente significativas por género ($p = .124$). Sin embargo, los resultados muestrales parecen apuntar que las mujeres tienen, en mayor medida, personal por cuenta ajena (31,40 %) respecto a los hombres (26,20 %). De hecho, a un 85 % de confianza sí sería posible rechazar la hipótesis nula de igualdad. Por lo que consideramos que, en posteriores estudios, se debería profundizar en el análisis de esta variable con el objetivo de llegar a conclusiones más fiables.

Un dato interesante es que el 78 % inició su empresa por idea propia, aunque se observan diferencias significativas: los hombres representan un 86 % frente al 67 % de las mujeres ($p = .002$). La dedicación exclusiva al negocio es minoritaria (21,39 %) y también muestra una diferencia significativa, siendo mayor la dedicación exclusiva de las mujeres, con un 27,91 %, frente a la de los hombres, que se sitúa en un 15,84 % ($p = .045$).

En relación con la fuente principal de ingresos, el 81,28 % no considera esta actividad como tal, sin diferencias estadísticamente significativas entre géneros, para un nivel de confianza del 95 % ($p = .142$). Sin embargo, al igual que ocurre con la contratación de personal, podría decirse que los resultados muestrales parecen indicar una cierta tendencia a que, para la mujer, la fuente principal de ingresos adquiere una mayor importancia (23,26 %) frente a los hombres (14,85 %). De hecho, para un nivel de confianza del 85 %, se puede rechazar la hipótesis nula de igualdad de proporciones. Por lo tanto, en futuras investigaciones se deberá prestar especial atención al análisis más en profundidad de esta variable, con el objetivo de concluir la mayor importancia de este negocio, en lo que a ingresos se refiere, para las mujeres respecto a los hombres.

Por último, las principales motivaciones para emprender en esta actividad económica incluyen la oportunidad de negocio (49,20 %) y el complemento económico (21,93 %), sin variaciones significativas por género ($p = .329$). No obstante, el 71,12 % señala a las motivaciones económicas como principales, frente a un 29,03 % que prioriza razones no económicas, sin diferencias estadísticamente significativas por género para un nivel de confianza del 95 % ($p = .177$). Sin embargo, al igual que ocurre con las variables “contratación por cuenta ajena” y “principal fuente de ingresos”, los resultados muestrales también parecen apuntar a una mayor importancia relativa de las motivaciones económicas para los hombres (75,25 %) frente a las de las mujeres (66,28 %), las cuales consideran también, en mayor medida, otros motivos no económicos, tales como la vocación personal, sugerencias de amigos y/o familiares, etc. En efecto, para un nivel de confianza del 85 %, también se podría rechazar la hipótesis nula de igualdad de género, por lo que para futuros trabajos de investigación se deberían confirmar estos indicios.

En resumen, el análisis de género entre personas propietarias y gerentes de los alojamientos turísticos muestra un perfil homogéneo en aspectos como la formación, la situación personal y la implicación familiar, pero identifica diferencias significativas en elementos como el tipo de alojamiento, la contratación de personal ajeno, la dedicación exclusiva y las motivaciones empresariales, algunos de los cuales son indicios que se deberán contrastar, de una forma más precisa, en futuras investigaciones sobre esta temática.

Por consiguiente, si consideramos los resultados concluyentes a los que se llega, así como los indicios que será necesario contrastar en futuras investigaciones, se puede concluir que, para la mujer, en términos relativos respecto al hombre, este negocio adquiere una mayor importancia, tanto personal como profesional. Esta mayor importancia se manifiesta en una mayor dedicación exclusiva a este negocio, en el carácter principal de los ingresos que provienen de estos, en una mayor contratación de personal ajeno, así como en los motivos que aducen para emprender en este tipo de negocios, tanto económicos como no económicos.

Satisfacción de las personas propietarias-gerentes con su negocio

A continuación, en la tabla 2 se recogen los resultados de las valoraciones dadas por las personas empresarias y gerentes a ítems relacionados con su grado de satisfacción. Estas valoraciones se presentan también por género y se realizó el test estadístico para comprobar si hay diferencias de género estadísticamente significativas.

TABLA 2.
NIVELES DE SATISFACCIÓN SEGÚN DISTINTAS VARIABLES

Valores	Total 187		Varón 101		Mujer 86		Prueba estadística	
	Media	SD	Media	SD	Media	SD	Stat.	Sig.
Trabajo en un ambiente seguro para mi salud física y mental	4.63	0.86	4.65	0.78	4.59	0.94	4400.5	.828
Me siento frustrado/a y agotado/a en mi trabajo	1.71	1.21	1.55	1.07	1.88	1.34	3868.0	.111
No me importa tratar con las quejas y presión de clientes y superiores	3.84	1.17	4.03	1.03	3.62	1.29	5074.5	.037
Realizo las tareas con disposición propia, sin consultar	4.37	1.02	4.44	0.91	4.30	1.14	4428.5	.785
El trabajo con la familia se hace más ameno	2.36	2.25	2.55	2.28	2.14	2.21	4715.5	.283
Estoy buscando una alternativa a este trabajo	1.47	1.22	1.30	1.07	1.66	1.36	3799.5	.055
Tengo un nivel de compromiso alto con mi trabajo y con el negocio	4.51	1.00	4.55	0.92	4.45	1.09	4456.5	.688

Fuente: elaboración propia.

* Puntuación xx.

La tabla 2 analiza los niveles de satisfacción laboral en función de diversas variables, basándose en las respuestas de personas propietarias y/o gerentes según una escala Likert, de forma que el valor 1 responde a “totalmente en desacuerdo”, el 2 a “en desacuerdo”, el 3 a “neutral”, el 4 a “de acuerdo” y el 5 a “totalmente de acuerdo”. Los resultados se desglosan por género, mostrando las medias, las desviaciones típicas (SD) y las pruebas estadísticas asociadas.

En general, las personas encuestadas perciben un ambiente de trabajo seguro para su salud física y mental, con una media alta (4.63) y sin diferencias significativas entre hombres (4.65) y mujeres (4.59) ($p = .828$). Esto resalta una percepción uniforme de seguridad en el lugar de trabajo.

El nivel de frustración y de agotamiento en el trabajo es muy bajo, con una media de 1.71. Sin embargo, las mujeres reportan valores ligeramente más altos (1.88) que los hombres (1.55), aunque esta diferencia no es estadísticamente significativa ($p = .111$) para un nivel de confianza del 95 %.

Respecto a tratar con quejas y presiones, la media general es de 3.84, lo que indica una actitud neutral o levemente positiva hacia esta tarea. No obstante, los hombres muestran mayor tolerancia (4.03) que las mujeres (3.62), siendo esta diferencia significativa ($p = .037$).

En cuanto a la disposición para realizar tareas de forma autónoma, el promedio general es alto (4.37) y refleja un nivel considerable de independencia. No se observan diferencias estadísticamente significativas entre hombres (4.44) y mujeres (4.30) ($p = .785$).

La percepción de que trabajar con la familia hace el trabajo más ameno tiene una media baja (2.36), e indica una valoración poco favorable. Hombres y mujeres muestran resultados similares, sin diferencias significativas estadísticamente ($p = .283$).

Por otra parte, el nivel de compromiso con el trabajo y el negocio es elevado, con una media de 4.51. Las diferencias por género son mínimas, siendo la media de los hombres 4.55 y la de las mujeres 4.45, sin diferencia estadísticamente significativa ($p = .688$).

Por último, en lo referente a la búsqueda de alternativas laborales, el promedio general es bajo (1.47), siendo la de los hombres de 1.30 y la de las mujeres de 1.66. Estos bajos niveles se corresponden con los niveles altos de satisfacción que muestran ambos colectivos con la gestión del negocio. No obstante, las diferencias de género que se detectan en esta variable son estadísticamente significativas ($p = .055$), lo cual puede deberse a una mayor dependencia de las mujeres, en relación a los hombres, de este tipo de negocio, tal y como se comentó en el epígrafe anterior (dedicación exclusiva al negocio, principal fuente de ingresos, contratación de personal ajeno, etc.).

En resumen, las personas propietarias y/o gerentes manifiestan niveles altos de satisfacción en aspectos como la seguridad, la autonomía y el compromiso, con algunas diferencias significativas en la tolerancia a quejas y a presiones, en las que los hombres muestran una mayor resiliencia. En este sentido, las mujeres, en términos relativos, manifiestan un mayor agotamiento y están más inclinadas a considerar alternativas laborales, como consecuencia de la mayor importancia personal y profesional que pueden tener estos negocios para ellas.

En definitiva, a partir de los resultados obtenidos, se puede ratificar la hipótesis 1, en la que se considera que existen diferencias de género en el grado de satisfacción laboral de las personas propietarias y/o gerentes de los alojamientos turísticos localizados en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche. En este sentido, se observan altos niveles de satisfacción, si bien se identifican diferencias de género en cuanto al agotamiento del trabajo (las mujeres, en términos relativos, muestran una mayor frustración) y en cuanto al trato con la clientela, sus quejas y presiones (los hombres lo soportan menos que las mujeres). Así, aunque ambos colectivos están satisfechos con el negocio, se encuentran diferencias de género, en las cuales las mujeres buscan en menor medida cambiar de negocio/trabajo.

La hipótesis 2, en la que se afirma que existen diferencias significativas de género en los propietarios/as y/o gerentes propietarios/as de alojamientos turísticos localizados en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, también se confirma. Las mujeres son las principales gerentes y propietarias de las casas rurales y de los establecimientos hoteleros rurales, frente a los varones, que son mayoría en gestión y propietarios de viviendas turísticas de alojamientos rurales.

Asimismo, se puede ratificar la hipótesis 3, en la cual se afirma que los alojamientos rurales localizados en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche son principalmente un complemento a otras actividades principales; si bien se destacan diferencias de género estadísticamente significativas.

Para finalizar, la hipótesis 4, en la que se considera que el emprendimiento femenino en los alojamientos de turismo rural en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche como una pieza clave e importante para el desarrollo de la zona, se puede confirmar. No en vano, la dedicación exclusiva al negocio de turismo rural se realiza principalmente

por las mujeres en un 27,91 %, frente a un 15,84 %, lo que indica una diferencia significativa ($p = .045$). Para afianzar todavía más la idea, se manifiesta que para el 23,26 % de mujeres la casa de turismo rural es su principal fuente de ingresos, frente a un 14,85 % en el caso de los varones. Y, al mismo tiempo, respecto a los varones, las mujeres tienden a contratar a personal por cuenta ajena en mayor medida. Por todo esto, la figura de las mujeres se hace especialmente significativa para el desarrollo del turismo rural en el parque natural, ya que, aunque desde un punto de vista cuantitativo, supone un porcentaje de participación similar al de los varones, desde el punto de vista cualitativo, de su gestión y de lo que representan los negocios que dirigen, y se observan diferencias de género a favor de estas.

Discusión

Esta investigación ha permitido conocer las diferencias de género y la satisfacción laboral de las personas propietarias y/o gerentes de los alojamientos turísticos localizados en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, así como los motivos y el perfil de estas personas emprendedoras.

El tipo de alojamiento mayoritario son las viviendas turísticas de alojamiento rural, sin embargo, las mujeres gestoras y propietarias de las casas de turismo rural y hoteles rurales son el doble que los hombres. Asimismo, los hombres son mayoría en las viviendas turísticas de alojamiento rural, y se aprecia una diferencia significativa de género. Sin embargo, estos resultados contrastan con la investigación llevada a cabo en Galicia por Sparrer (2003), en la que se pone de manifiesto que las mujeres gestionan establecimientos de menor categoría y ninguna es titular de una casa en la categoría superior, justo lo contrario que ocurre en Huelva, ya que las casas rurales tienen una categoría superior con más exigencias burocráticas y técnicas que una vivienda de turística de alojamiento rural.

Por otro lado, el 56,15 % de las personas encuestadas no ha nacido en la comarca y, además, no se aprecian diferencias significativas por género. Este dato parece indicar que hay inversión por parte de personas no locales o que está llegando población procedente de otras zonas. La misma afirmación la revelan Wilkison y Pratiwi (1995), quienes aseguran que las personas no locales tienen más capital y habilidades turísticas para poder invertir y generar mayor rentabilidad que las personas locales, llegando a ocupar posiciones más altas en la escala social.

Por su parte, Prados Velasco (1998) y McGehee et al. (2007) ponen de manifiesto que, en la puesta en marcha de estas empresas, la principal motivación es la de obtener rentas complementarias a la actividad agraria principal o mantener la casa. Este dato es similar a lo que sucede en la comarca analizada, dado que los datos arrojan que para un 45,35 % de las personas encuestadas su principal motivación para crear la empresa fue la búsqueda de una oportunidad de negocio y el segundo porcentaje más elevado, del 20,93 %, que buscaban obtener rentas complementarias. Además, esta conclusión se afianza con el 76,74 % de encuestados/as que responden que el alojamiento rural no es su principal fuente de ingresos, como ocurre en Irlanda, donde se manifiesta una necesidad de generar ingresos adicionales o una nueva fuente de ingresos complementaria a la producción agrícola (Jack *et al.*, 2021).

El 67,44 % no tiene personal por cuenta ajena trabajando en la casa y el 31,40 % sí tiene alguna persona empleada. Estos resultados están relacionados con la investigación llevada a cabo en Virginia por McGehee y Kim (2004), en la que el 37,4 % tenía una persona empleada.

También, comparando con los resultados que arrojan otras investigaciones, se puede corroborar que las personas propietarias de los alojamientos rurales poseen una alta cualificación, llegando a alcanzar un 63 % con formación universitaria, al igual que lo señalan Sierra *et al.* (2010) en su investigación previa sobre el turismo rural en esta comarca. En este sentido, estos/as autores/as afirman que la formación y el desarrollo de los recursos humanos son claves para alcanzar una alta satisfacción laboral, la cual, a su vez, incrementa la calidad total del servicio.

Sin embargo, en otras zonas del mundo, como es el caso del Parque Nacional de Kinabalu, la mayoría de las propietarias son mujeres y tienen escasa formación (Rahmawati *et al.*, 2021).

Por otro lado, al igual que en otras investigaciones y regiones, los resultados de esta investigación nos indican que la mayoría de personas encuestadas están casadas, y no se aprecian diferencias significativas de género (Aghdasi *et al.*, 2023; Getz y Carlsen, s. f.; Ertac y Tanova, 2020).

En cuanto a los niveles de satisfacción, las personas encuestadas tienen una alta satisfacción laboral y con el negocio, según las variables analizadas. Se encuentran diferencias muy significativas por género ($p = .037$), en cuanto a la atención a la clientela. En este sentido, Hernández Maestro *et al.* (2008) muestran cómo la satisfacción laboral influye en la calidad percibida por la clientela. Asimismo, Getz y Carlsen (2000) llegan a la conclusión de que la satisfacción proviene de trabajar con la familia, pero, al mismo tiempo, puede haber insatisfacción cuando hay conflictos familiares internos. En la presente investigación, trabajar con la familia es lo que menos satisfacción aporta. En este sentido, Mason (1995) no encuentra diferencias de género en cuanto a satisfacción entre hombres y mujeres gerentes, si bien en este estudio se observan diferencias de género en cuanto al trabajo con la familia, estar buscando otro empleo o negocio y estar agotado/a. Unluoglu (2022) encuentra mayor satisfacción en las mujeres que en los hombres y Altunel (2021) encuentra que la mayoría de las mujeres están satisfechas con el trabajo, pero, si tuvieran la oportunidad, cambiarían aspectos que también están en sintonía con los resultados de nuestro trabajo.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Entre las limitaciones de la presente investigación cabe destacar, en primer lugar, que la gran mayoría de personas encuestadas son gerentes o propietario/as de los alojamientos de turismo rural y no son las personas que trabajan directa o indirectamente para ello/as. De forma que los resultados no consideran las diferencias de género que puedan existir entre estas personas trabajadoras por cuenta ajena, así como el análisis de su satisfacción laboral.

En segundo lugar, se encuestó a las personas que cogían el teléfono, la mayoría de las cuales eran matrimonios o parejas, en las que ambos podían tener el mismo poder de decisión. De forma que, dependiendo de si contestaba uno u otro, se podía dar lugar a resultados diferentes.

En tercer lugar, hay pocas referencias bibliográficas disponibles que investiguen el turismo rural con todas las variables de satisfacción laboral y género que se analizan en el presente trabajo. A la hora de contrastar datos y de referenciar las variables analizadas en otros estudios, prácticamente estos se han tenido que buscar por separado, debido a que casi ninguna investigación los analiza todos juntos.

En este sentido, una futura línea de investigación está relacionada con la posibilidad de analizar, más en profundidad, si existen diferencias significativas en las personas empleadas en los alojamientos turísticos rurales localizados en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, encuestando a todas esas personas. Esto permitiría contrastar aquellos resultados que no se han podido confirmar con el 95 % de probabilidad, sino con el 85 %. También permitiría extrapolar los resultados a personas que trabajen por cuenta ajena, para no quedarnos solo con los gerentes y las personas propietarias.

Conclusiones

El tipo de negocio mayoritario de alojamiento de turismo rural en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche son las viviendas turísticas de alojamiento rural, en las que los hombres tienen una mayor representación. Por el contrario, las mujeres tienen mayor representación en las casas rurales y en los alojamientos hoteleros rurales. Asimismo, más de la mitad de las personas encuestadas cuentan con familiares implicados en el negocio; sin embargo, las mujeres son las que tienen más personal por cuenta ajena. Las conclusiones apuntan a que las mujeres propietarias tienen una mayor implicación en el turismo rural como una actividad principal. Así, los datos señalan que las mujeres propietarias son mayoritarias en la dedicación exclusiva al alojamiento rural. En la mayoría de estos alojamientos, las personas propietarias son autónomos/as o su negocio es un rendimiento de capital inmobiliario, siendo mayoritarios los hombres en este último aspecto.

Este tipo de alojamientos no suponen en la mayoría de los casos la principal fuente de ingresos, sin embargo, hay un porcentaje mayor de mujeres que sí tienen al alojamiento como su principal fuente de ingresos y, además, con una dedicación exclusiva. La conclusión a la que se puede llegar es que las mujeres propietarias son las que gestionan de manera exclusiva estos locales, y no se dedican a otras actividades.

Hay un nivel de formación alto en el cual más de la mitad de los/as propietarios/as y/o gerentes tienen estudios universitarios, y, en cuanto al género, este es similar en ambos casos. La situación personal es parecida para la mayoría, tanto hombres como mujeres están casados. Como conclusión, se puede afirmar que el perfil en formación y situación personal es homogéneo.

En cuanto a la satisfacción laboral, se concluye un alto nivel de satisfacción en general. Sin embargo, las mujeres están menos satisfechas cuando tienen que tratar las quejas y las presiones.

Referencias

- Abbas, M., Raja, U., Darr, W. y Bouckennooghe, D. (2014). Combined Effects of Perceived Politics and Psychological Capital on Job Satisfaction, Turnover Intentions, and Performance. *Journal of Management*, 40(7), 1813-1830. <https://doi.org/10.1177/0149206312455243>
- Agarwal, B. (1997). "Bargaining" and Gender Relations: Within and Beyond the Household. *Feminist Economics*, 3(1), 1-51. <https://doi.org/10.1080/135457097338799>
- Aghdasi, S., Omid Najafabadi, M. y Farajollah Hosseini, S. J. (2023). Rural Women and Ecotourism: Modeling Entrepreneurial Behavior in Iran. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 1-24. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00348-2>
- Altunel, T. A. (2021). Socio-Economic Analysis of Ecotourism Activities of Women in Turkey. *Pakistan Journal of Agricultural Sciences*, 58(4), 1099-1105. <https://doi.org/10.21162/PAKJAS/21.801>
- Anderson, S. y Eswaran, M. (2009). What Determines Female Autonomy? Evidence from Bangladesh. *Journal of Development Economics*, 90(2), 179-191. <https://doi.org/10.1016/j.jdevco.2008.10.004>
- Bensemman, J. y Hall, C. M. (2010). Copreneurship in Rural Tourism: Exploring Women's Experiences. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 228-244. <https://doi.org/10.1108/17566261011079224>
- Caballé, A. (1999). Farm tourism in Spain: a gender perspective. *GeoJournal*, 48(3), 245-252.
- Castrillón, M. I. D., Canto, A. I. G. y Cantorna, A. I. S. (2010). Éxito empresarial y género en turismo rural. *Tourism & Management Studies*, (6), 82-93.
- Celi, M. (2011). A Theoretical Approach to the Job Satisfaction. *Polish Journal of Management Studies*, 4(2), 7-14.

- Cikic, J., Jovanovic, T. y Nedeljkovic, M. (2018). Business and/or Pleasure-Gender (In) Equalities in Rural Tourism in Vojvodina. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 20(7), 1341-1352. /
- Čolović, M., Nikiš, G. y Stamatović, M. (2021). The Relation between Gender and Differences in Emotional Intelligence of Female Managers in Modern Rural Tourism. *Ekonomika Poljoprivrede*, 68(1), 69-83. <https://doi.org/10.5937/ekopolj2101069c>
- Cruz, M. G., Devesa, M. J. S. y Quiñones, P. G. (2020). The Female Entrepreneur in Rural Tourism: Peculiarities of the Costa Rican Case through the Review of Literature. *Cuadernos de Turismo*, 46, 605-608. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.451691>
- Cunha, C., Kastenholz, E. y Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in Rural Tourism: Do Lifestyle Motivations Contribute to Management Practices that Enhance Sustainable Entrepreneurial Ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
- Cvijanović, D. y Gajić, T. (2020). The Level of Engagement of the Female Workforce in the Rural Tourism Development of Serbia. *Journal of Tourism, Leisure and Hospitality*, 2(1), 36-42.
- Cvijanovic, D., Gajic, T., Vujko, A. y Lekovic, M. (2018). Satisfaction of Hotel Workers as a Component of Business Quality Improvement- A Report from Rural Areas in Serbia. *The Journal "Agriculture and Forestry"*, 64(4), 183-194. <https://doi.org/10.17707/agricultforest.64.4.20>
- Del Río, M. Á. M., Cornejo, V. R. y Rodríguez, M. R. (2023). The Influence of Gender in an Innovative Tourism Company: A Systematic Review of the Literature. *Cuadernos de Turismo*, (52), 355-358. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.593601>
- Dilly, B. J. (2003). Gender, culture, and Ecotourism: Development Policies and Practices in the Guyanese Rain Forest. *Women's Studies Quarterly*, 31(3/4), 58-75.
- Duarte, D. C. y Pereira, A. D. J. (2018). The Role of Women in Rural Tourism: A Study in the Planaltina's Rajadinha Circuit-Federal Districts. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(3), 81-102. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v12i3.1446>
- Ene (Constantin), A. B. (2024). Exploring Trends in Sustainable Tourism Leadership and Management: A Bibliometric Analysis. *Tourism and Hospitality Industry*, 27, 151-157. <https://doi.org/10.20867/thi.27.15>
- Ertac, M. y Tanova, C. (2020). Flourishing Women through Sustainable Tourism Entrepreneurship. *Sustainability (Switzerland)*, 12(14), 1-17. <https://doi.org/10.3390/sui12145643>
- Fernández, G. M. Q., Almonte, J. M. J. y Nina, D. A. (2024). Rural Tourism Entrepreneurship and its Trends through Bibliometric Analysis. *Cuadernos de Turismo*, (53), 69-93. <https://doi.org/10.6018/turismo.616391>
- Figuerola-Domecq, C., de Jong, A. y Williams, A. M. (2020). Gender, Tourism & Entrepreneurship: A Critical Review. *Annals of Tourism Research*, 84, . <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102980>
- García-Ramón, M. D., Canoves, G. y Valdovinos, N. (1995). Farm Tourism, Gender and the Environment in Spain. *Annals of tourism research*, 22(2), 267-282.
- Getz, D. y Carlsen, J. (2000). Characteristics and Goals of Family and Owner-Operated Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. *Tourism management*, 21(6), 547-560.
- Gil Arroyo, C., Barbieri, C., Sotomayor, S. y Knollenberg, W. (2019). Cultivating Women's Empowerment through Agritourism: Evidence from Andean Communities. *Sustainability*, 11(11), 3058. <https://doi.org/10.3390/sui113058>
- Gómez-Bruna, D. y Thiel-Ellul, D. (2024). Governance in Tourist Destinations: The Case of Smart Tourist Destinations (STDs) in Spain. *Investigaciones Turísticas*, (27), 203-223. <https://doi.org/10.14198/INTURI.24674>

- Halim, M. F., Barbieri, C., Morais, D. B., Jakes, S. y Seekamp, E. (2020). Beyond Economic Earnings: The Holistic Meaning of Success for Women in Agritourism. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12), 1-16. <https://doi.org/10.3390/SU12124907>
- Hernández Maestro, R., Muñoz Gallego, P. A. y Santos Requejo, L. (2008). Satisfacción con el empleo y su repercusión sobre los resultados en el ámbito del turismo rural 1. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC Septiembre*, 12(2), 89-114.
- Herzberg, F. (1968). One More Time: How do you Motivate Employees? *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2003/01/one-more-time-how-do-you-motivate-employees>
- Irandu, E. M. y Shah, P. (2014). The Role of Ecotourism in Promoting Women Empowerment and Community Development: Some Reflections from Kenya. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(6), 245-259. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2014.06.002>
- Izvercian, M., Potra, S. y Ivascu, L. (2016). Job Satisfaction Variables: A Grounded Theory Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 86-94. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.093>
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M. y Lonik, K. A. T. (2015). Tourism Growth and Entrepreneurship: Empirical Analysis of Development of Rural Highlands. *Tourism Management Perspectives*, 14, 17-24. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.02.001>
- Jack, C., Adenuga, A. H., Ashfield, A. y Mullan, C. (2021). Understanding the Drivers and Motivations of Farm Diversification: Evidence from Northern Ireland Using a Mixed Methods Approach. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(3), 161-176. <https://doi.org/10.1177/1465750320974945>
- Junta de Andalucía, Conserjería de Turismo Cultura y Deporte. (s. f.). <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoculturaydeporte/areas/turismo/registro-turismo/buscador-establecimientos-servicios-turisticos.html>
- Komppula, R. (2014). The Role of Individual Entrepreneurs in the Development of Competitiveness for a Rural Tourism Destination - A Case Study. *Tourism Management*, 40, 361-371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>
- Koutsou, S., Notta, O., Samathrakakis, V. y Partalidou, M. (2009). Women's Entrepreneurship and Rural Tourism in Greece: Private Enterprises and Cooperatives. *South European Society and Politics*, 14(2), 191-209. <https://doi.org/10.1080/13608740903037968>
- Kunjuraman, V. y Hussin, R. (2016). Women Participation in Ecotourism Development: Are They Empowered? *World Applied Sciences Journal*, 34(12), 1652-1658. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2016.1652.1658>
- Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction?. *Organizational behavior and human performance*, 4(4), 309-336.
- McGehee, N. G. y Kim, K. (2004). Motivation for Agri-Tourism Entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, 43(2), 161-170. <https://doi.org/10.1177/0047287504268245>
- McGehee, N. G., Kim, K. y Jennings, G. R. (2007). Gender and Motivation for Agri-Tourism Entrepreneurship. *Tourism Management*, 28(1), 280-289. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.022>
- Morales, A. y Fernández, C. (2019). Access of Women to Economic Autonomy through Rural Tourism on the Island of La Palma. *Investigaciones Turísticas*, (18), 22-41. <https://doi.org/10.14198/INTURI2019.18.02>
- Naderi, A., Nasrolahi Vosta, L., Ebrahimi, A. y Jalilvand, M. R. (2019). The Contributions of Social Entrepreneurship and Transformational Leadership to Performance: Insights from Rural Tourism in Iran. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(9-10), 719-737. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2019-0124>

- Nulleshi, S. G. y Kalonaityte, V. (2023). Gender Roles or Gendered Goals? Women's Return to Rural Family Business. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 15(1), 44-63. <https://doi.org/10.1108/IJGE-09-2021-0152>
- ONU Turismo. (2024). *Turismo rural*. <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Phelan, C. y Sharpley, R. (2012). Exploring Entrepreneurial Skills and Competencies in Farm Tourism. *Local Economy*, 27(2), 103-118. <https://doi.org/10.1177/0269094211429654>
- Prados Velasco, M. J. (1998). El papel de la mujer en el desarrollo de nuevas actividades económicas en las áreas rurales: Turismo rural y género en Andalucía. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, (28), 27-44.
- Pritchard, A. (2018). Predicting the Next Decade of Tourism Gender Research. *Tourism Management Perspectives*, 25, 144-146. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.014>
- Pulido, J.I. y García, P. J. C. (2011). El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (56), 155-176. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1348>
- Quang, T. D., Phan Tran, N. M., Sthapit, E., Thanh Nguyen, N. T., Le, T. M., Doan, T. N. y Thu-Do, T. (2023). Beyond the Homestay: Women's Participation in Rural Tourism Development in Mekong Delta, Vietnam. *Tourism and Hospitality Research*, 24(4), 499-514. <https://doi.org/10.1177/14673584231218103>
- Rahmawati, R., Riani Suprapti, A., Rum Handayani Pinta, S. y Sudira, P. (2021). Green Entrepreneurship: A Study for Developing Eco-Tourism in Indonesia*. *Journal of Asian Finance*, 8(5), 143-0150. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0143>
- Rao, Y., Xie, J. y Lin, X. (2022). The Improvement of Women's Entrepreneurial Competence in Rural Tourism: An Action Learning Perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 46(8), 1622-1651. <https://doi.org/10.1177/10963480211031032>
- Rasanjali, C., Sivashankar, P. y Mahaliyanaarachchi, R. P. (2021). Women Participation in Rural Tourism: A Case of Ella, Sri Lanka. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 7(2), 256-269. <https://doi.org/10.18196/AGRARIS.V7I2.11294>
- Rivera Mateos, M. (2018). Tourism Pay Gap and Gender Labor Inequalities in Rural Areas of Andalusia (Spain). *Cuadernos Geográficos*, 57(3), 291-312. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i3.6459>
- Rodríguez Vera, A. del P., Rando Cueto, D. y de Las Heras Pedrosa, C. (2024). El emprendimiento femenino en el sector turístico: un análisis bibliométrico. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-20. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-653>
- Rodríguez, B. B. (2006). El turismo rural en Galicia. Análisis de su evolución en la última década. *Cuadernos de Turismo*, (17), 25-50.
- Segovia-Pérez, M., Santero, R., Figueroa-Domecq, C. y Castro Núñez, R. B. (2019). The Gender Wage Gap in Spanish Rural Tourism: A Comparison with Urban Tourism. *Ager, Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* 2019, (26), 7-34. <https://doi.org/10.4422/ager.2018.18>
- Serafimova, M. y Petrevska, B. (2018). Female Entrepreneurship in Tourism: A Strategic Management Perspective in Macedonia. *Journal of Applied Economics and Business*, 6(1), 21-32.
- Sierra, M. I. M., Ramos, A. O. y González, A. M. C. (2010). Orientación a la calidad total, satisfacción laboral, comunicación y compromiso en establecimientos de turismo rural de la Sierra de Huelva. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 351-361.

- Sousa, A. L., Gonçalves, C. C. S. y Faria, D. M. C. P. (2024). Labor Market and Gender: The Participation of Women in Tourism Characteristic Activities. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1), 57-73. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.004>
- Sparrer, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa. *Cuadernos de turismo*, (11), 181-197
- Spector, P. E. (1985). Measurement of Human Service Staff Satisfaction: Development of the Job Satisfaction Survey. *American Journal of Community Psychology*, 13(6), 693. <https://doi.org/10.1007/bf00929796>
- Swain, M. B. (1995). Gender in tourism. *Annals of tourism research*, 22(2), 247-266.
- Talón Ballesteros, P., Abad Romero, P. y González Serrano, L. (2014). Emprendimiento de la mujer en el ámbito rural: el turismo como motor de desarrollo. *ESIC Market*, 45(149), 579-604. <https://doi.org/10.7200/esicm.149.0453.4e>
- Tietjen, M. A. y Myers, R. M. (1998). Motivation and Job Satisfaction. *Management decision*, 36(4), 226-231.
- Trigueros, M. A. y Prieto, E. M. (2016). Women's Initiatives: Entrepreneurship and opportunities in the rural areas of Castile and Leon. *Documents d'Analisi Geografica*, 62(3), 613-637. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.369>
- Unuvar Unluoglu, D. (2022). Job Satisfaction and Gender in Tourism: A Case Study in Eskişehir. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 6(2), 111-118. <https://doi.org/10.30625/ijctr.1152282>
- Vujko, A., Tretiakova, T. N., Petrović, M. D., Radovanović, M., Gajić, T. y Vuković, D. (2019). Women's Empowerment through Self-Employment in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 76, 328-330. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.004>
- Wilkinson, P. F. y Pratiwi, W. (1995). Gender and Tourism in an Indonesian Village. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 283-299. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00077-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00077-8)
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J. y Van Es, J. C. (2001). Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 132-138.
- Winn, J. (2005). Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers? *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 381-397.
- Wright, W. y Annes, A. (2014). Farm Women and Agritourism: Representing a New Rurality. *Sociologia Ruralis*, 54(4), 477-499. <https://doi.org/10.1111/soru.12051>

Notas

* Artículo de investigación

CC BY