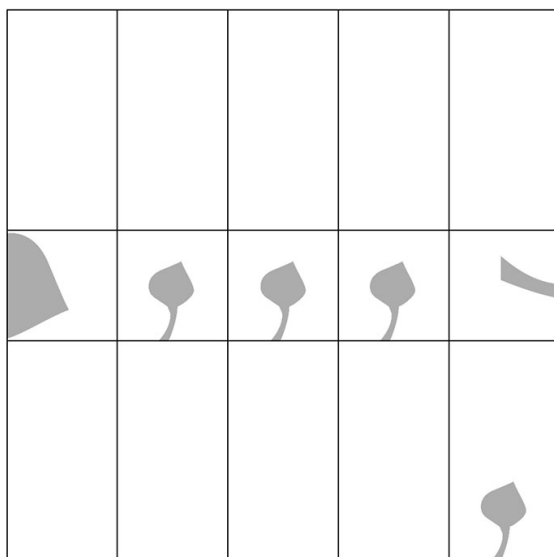


*Diagnóstico del emprendimiento femenino
en el sector vitivinícola
de Castilla y León, España*



Verónica Morcillo-Casas
Universidad de Valladolid, España

DOI: 10.4422/ager.2026.1

ager

Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural
Journal of Depopulation and Rural Development Studies

Diagnóstico del emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de Castilla y León, España

Ideas clave:

1. El emprendimiento femenino en el sector vitivinícola afronta barreras burocráticas, financieras y de conciliación.
2. Las emprendedoras vitivinícolas presentan perfiles heterogéneos, con trayectorias diversas y frecuente origen urbano.
3. El aprendizaje informal y los apoyos emocionales y económicos resultan clave ante el limitado asesoramiento especializado.
4. La falta de reconocimiento y seguridad económica dificulta la consolidación empresarial en fases iniciales.

Resumen: Este artículo analiza el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola del medio rural de Castilla y León, con el objetivo de identificar los factores que influyen en las trayectorias emprendedoras de las mujeres, las barreras que enfrentan y los apoyos y necesidades asociados a su actividad empresarial. El estudio adopta un enfoque cuantitativo basado en la aplicación de un cuestionario *ad hoc* a una muestra de 100 mujeres que dirigen bodegas en la región. Los resultados muestran la heterogeneidad de perfiles de las emprendedoras, caracterizados por trayectorias formativas diversas y una presencia significativa de mujeres con origen urbano. Se evidencia la relevancia del aprendizaje informal en el desarrollo de competencias emprendedoras, así como la importancia del apoyo emocional y económico, frente a un limitado acceso al asesoramiento especializado. Entre las principales barreras destacan la burocracia, el acceso a la financiación y las dificultades de conciliación. El estudio aporta evidencia empírica que permite comprender el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola como un proceso diverso y dinámico, condicionado por las trayectorias vitales y profesionales, los aprendizajes informales y las distintas fases del ciclo emprendedor en contextos rurales.

Palabras clave: Desarrollo rural; mujer rural; empoderamiento; igualdad de género.

Diagnosis of Women's Entrepreneurship in the Wine Sector of Castilla y León, Spain

Highlights:

1. Women's entrepreneurship in the wine sector faces bureaucratic, financial, and work-life balance barriers.
2. Women wine entrepreneurs display heterogeneous profiles, with diverse trajectories and a frequent urban background.
3. Informal learning and emotional and financial support are crucial in contexts of limited specialised advisory services.
4. Lack of recognition and economic security hinders business consolidation in the early stages.

Abstract: This article analyses women's entrepreneurship in the wine sector in rural Castilla y León, with the aim of identifying the factors influencing women's entrepreneurial trajectories, the barriers they face, and the forms of support and needs associated with their business activity. The study adopts a quantitative approach based on the administration of an ad hoc questionnaire to a sample of 100 women who manage wineries in the region. The results reveal the heterogeneity of entrepreneurial profiles, characterised by diverse educational trajectories and a significant presence of women with an urban background. The findings highlight the relevance of informal learning in the development of entrepreneurial competencies, as well as the importance of emotional and financial support, alongside more limited access to specialised advisory services. The main barriers identified include bureaucracy, access to finance, and work-life balance constraints. This study provides empirical evidence that contributes to understanding women's entrepreneurship in the wine sector as a diverse and dynamic process, shaped by life and professional trajectories, informal learning processes, and the different phases of the entrepreneurial cycle in rural contexts.

Keywords: Rural development; rural women; empowerment; gender equality.

Recibido: 13 noviembre 2024
Devuelto para revisión: 7 de octubre de 2025
Aceptado: 15 de febrero de 2026

Cómo citar este artículo: Morcillo-Casas, V. (2026). Diagnóstico del emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de Castilla y León, España. *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)* (43), 5-46. <https://doi.org/10.4422/ager.2026.01>

Verónica Morcillo-Casas. <https://orcid.org/0000-0002-5937-5531>
Correo electrónico: veronica.morcillo@uva.es

1. Introducción y justificación

Las mujeres rurales desempeñan un papel fundamental en la sostenibilidad social, económica y demográfica de los territorios rurales (Rico, 2007). Sin embargo, sus trayectorias vitales y profesionales se desarrollan en contextos marcados por desigualdades estructurales de género y limitaciones en el acceso al empleo y a los recursos productivos, así como por una oferta reducida de servicios e infraestructuras (Camarero, 2008). Estas condiciones son especialmente visibles en regiones predominantemente rurales como Castilla y León, caracterizadas por procesos persistentes de despoblación, envejecimiento y masculinización (Rey et al., 2009; Modino & Pardo, 2020; Pinilla & Sáez, 2021; Rivera, 2022).

La literatura ha evidenciado que las mujeres que viven en estos entornos se enfrentan a una situación de triple discriminación: por su género (Semkunde et al., 2022), por su residencia en el medio rural (De Pablo et al., 2021) y por las dificultades añadidas para conciliar la vida personal y laboral (Sabater, 2018). Este fenómeno de masculinización rural, relacionado con procesos de movilidad diferencial por género impulsa especialmente a las mujeres jóvenes y cualificadas a abandonar estos territorios, reforzando dinámicas de despoblación y envejecimiento (Sampedro & Camarero, 2007; Camarero & Sampedro, 2008).

El arraigo femenino se presenta como un elemento clave para la sostenibilidad demográfica, económica y social del medio rural (Díaz-Méndez, 2005; Sampedro, 2008). En este contexto, el emprendimiento femenino surge como una estrategia

relevante para generar oportunidades laborales, favorecer el arraigo y dinamizar el tejido económico y social de estos territorios (CEOE Castilla y León, 2022; Instituto de las Mujeres, 2024). Sin embargo, las emprendedoras rurales enfrentan múltiples barreras, como el acceso limitado a la financiación y redes de apoyo, la sobrecarga de responsabilidades familiares y las brechas en el acceso a la formación y el desarrollo de competencias necesarias para la gestión empresarial, especialmente en el ámbito digital (Shortall, 2010; Modino Et Pardo, 2020; Baylina et al., 2022).

A pesar de la relevancia del emprendimiento femenino rural, la literatura científica ha prestado atención limitada a las experiencias y trayectorias de las mujeres emprendedoras en medios rurales, centrándose mayoritariamente en contextos urbanos o en análisis generales del emprendimiento (Semkunde et al., 2022). Esta escasez resulta aún más evidente en sectores productivos como el sector vitivinícola, un ámbito tradicionalmente masculinizado donde la participación femenina ha sido históricamente relevante, pero escasamente visibilizada y analizada desde una perspectiva de género (De la Vega, 2009; El Español, 2022).

Este estudio tiene como objetivo analizar las realidades que enfrentan las mujeres que emprenden en el medio rural de Castilla y León, incorporando el sector vitivinícola como contexto empírico de análisis. Con ello, se pretende contribuir a cubrir un vacío en la literatura existente y aportar evidencias que permitan comprender mejor los procesos de emprendimiento femenino rural, así como orientar el diseño de políticas y estrategias de apoyo más inclusivas y sensibles al territorio.

Las preguntas de investigación que guían el estudio son las siguientes:

- ¿Cuáles son los principales factores que motivan a las mujeres a emprender en el sector vitivinícola?
- ¿De qué manera influyen los antecedentes familiares en el emprendimiento femenino en este sector?
- ¿Qué papel desempeñan la formación formal, no formal e informal en las trayectorias emprendedoras de estas mujeres?
- ¿Qué tipos de apoyos son fundamentales para el desarrollo de sus proyectos empresariales?
- ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan las mujeres para emprender en el sector vitivinícola?
- ¿Qué necesidades están cubiertas y cuáles siguen siendo prioritarias en función de la experiencia emprendedora?

2. Bases teórico-conceptuales

El medio rural constituye un espacio social, económico y territorial heterogéneo (Reig et al., 2016), cuya definición ha sido objeto de debate tanto en el ámbito académico como en el normativo. En el contexto español, una referencia ampliamente utilizada es la que aparece en la Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, que define este espacio como el conjunto de municipios o entidades locales con una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad inferior a 100 habitantes por km², e identifica como municipios rurales de pequeño tamaño aquellos con menos de 5.000 habitantes integrados en el medio rural.

Desde la geografía rural y los estudios feministas, diversos trabajos han subrayado que el medio rural no es un espacio neutro desde el punto de vista del género, sino que reproduce relaciones sociales y laborales marcadas por una división sexual del trabajo persistente (Salamaña & Baylina, 2006; Camarero & Sampedro, 2008). Esta aproximación pone de relieve que las identidades, trayectorias y oportunidades de las mujeres están profundamente condicionadas por los contextos territoriales en los que se desarrollan, lo que obliga a superar visiones homogéneas tanto del medio rural como de las propias mujeres rurales (Camarero, 2008).

Desde esta perspectiva, las mujeres rurales no constituyen un colectivo homogéneo, ya que sus trayectorias laborales y vitales están influidas por factores como la edad, el nivel educativo, la movilidad y el contexto territorial (Camarero & Sampedro, 2008; Lozano, 2012). A pesar de esta diversidad, persisten desigualdades estructurales que sitúan a muchas mujeres rurales en una posición de desventaja en términos de acceso al empleo, estabilidad laboral y reconocimiento social (CaixaBank, 2022). En el mundo del vino, estas desigualdades se traducen en una elevada participación femenina en tareas productivas y de apoyo, pero una escasa presencia en la titularidad de las explotaciones y en los espacios de toma de decisiones (De la Vega, 2009; El Español, 2022).

En términos demográficos, Castilla y León enfrenta serios desafíos derivados principalmente de la despoblación y el envejecimiento de su población (González & López-Gay, 2019; Modino & Pardo, 2020; Martiarena, 2022). Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2021), la mayoría de los municipios de la región han sufrido una notable pérdida de habitantes en las últimas décadas, principalmente por la emigración de jóvenes hacia áreas urbanas en busca de mejores oportunidades laborales (Álvarez, 2019). Este proceso ha derivado a un envejecimiento progresivo de

la población, reduciendo la mano de obra disponible y, en consecuencia, limitando el crecimiento económico en el entorno rural (Modino & Pardo, 2020).

La despoblación no solo tiene consecuencias demográficas, sino que también implica una disminución de los servicios públicos y privados, afectando negativamente a la calidad de vida de la población residente (Martirena, 2022; Gómez, 2023). Estas carencias inciden de forma especialmente intensa en las mujeres, que son mayoritariamente usuarias de servicios vinculados al cuidado, la educación, la atención sanitaria y el transporte, debido a los roles de género tradicionalmente asignados (Rico & Gómez, 2003; Pardo & Fontrodona, 2022). En sectores propios del medio rural, como el vitivinícola, estas limitaciones estructurales condicionan de manera directa la inserción laboral y las posibilidades de desarrollo profesional de las mujeres, reforzando desigualdades preexistentes (Alonso, 2012).

Ante esta situación, se ha intensificado la búsqueda de soluciones innovadoras y sostenibles para revitalizar el medio rural, entre las cuales el emprendimiento se presenta como una vía clave (Alario & Morales, 2016; Pérez et al., 2017). Dado que las mujeres constituyen el 49 % de la población rural, su participación en iniciativas emprendedoras puede contribuir de manera significativa a revertir estas tendencias, generando oportunidades laborales y favoreciendo el desarrollo local (Instituto de las Mujeres, 2024). No obstante, este potencial se ve condicionado por las barreras que históricamente han afectado a las mujeres rurales en su acceso al mercado laboral, especialmente en sectores tradicionalmente masculinizados como lo es el vitivinícola (CEOE Castilla y León, 2022).

Entre los principales obstáculos que limitan el acceso de las mujeres rurales al empleo destacan la falta de infraestructuras adecuadas, como servicios de transporte y cuidado infantil, la escasa diversidad de oportunidades laborales y las dificultades para acceder a recursos productivos esenciales como la tierra, la capacitación profesional y los servicios financieros (Copus et al., 2020; Semkunde et al., 2022; Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2023). En sectores como el vitivinícola, estas barreras se intensifican por la persistencia de modelos de gestión familiares y redes profesionales tradicionalmente masculinas (Alonso, 2012).

En respuesta a estas limitaciones, el emprendimiento se ha consolidado como una opción relevante para las mujeres que viven en entornos rurales, especialmente en sectores como la agricultura, el turismo rural o el comercio local (Flores & Barros, 2011; Puértolas, 2020). No obstante, las emprendedoras rurales enfrentan barreras adicionales que dificultan tanto el inicio como la consolidación de sus negocios, entre las que destacan el acceso limitado a la financiación (García et al., 2019) y las dificultades para integrarse en redes de apoyo eficaces (Vercher et al., 2020).

Asimismo, muchas mujeres deben enfrentarse a una carga desproporcionada de responsabilidades familiares, debido a la persistencia de normas de género que las

sitúan como principales cuidadoras del hogar. Esta "doble jornada" reduce significativamente el tiempo y los recursos disponibles para el desarrollo de sus iniciativas empresariales (Sabater, 2018).

La movilidad y las trayectorias vitales constituyen otro eje central para comprender el emprendimiento femenino rural. Camarero & Sampedro (2008) proponen el concepto de *continuum de movilidad* para explicar cómo las trayectorias femeninas combinan desplazamientos, retornos y estrategias de arraigo selectivo en función de las oportunidades disponibles. La llegada de mujeres procedentes de entornos urbanos o el retorno al medio rural no responde únicamente a decisiones individuales, sino a procesos estructurales vinculados al empleo, la formación y las condiciones del territorio (Fernández, 2022). Desde esta perspectiva, el emprendimiento en sectores vinculados al territorio, como el vitivinícola, puede convertirse en una estrategia de arraigo que favorece la permanencia de las mujeres en el medio rural (Melchor & Bonilla, 2024).

A pesar de las barreras descritas, las mujeres que deciden emprender lo hacen impulsadas por una serie de motivaciones que van más allá de la simple necesidad económica. Para muchas, el emprendimiento representa una vía para alcanzar una mayor autonomía personal y profesional, permitiéndoles cumplir sus metas y desarrollar actividades que les apasionan (Facundo, 2011). Según estudios realizados por el Observatorio del Emprendimiento de España, basados en los datos del Estudio GEM, las emprendedoras no solo buscan mejorar su situación económica, sino también desafiar los roles tradicionales que históricamente las han limitado al ámbito doméstico (Observatorio del Emprendimiento de España, 2022). En este sentido, el emprendimiento se convierte en un instrumento de empoderamiento, ofreciéndoles la posibilidad de redefinir su lugar en la sociedad (Castillo et al., 2020).

Entre las emprendedoras rurales destaca su capacidad de resiliencia (FADEMUR, 2020). A pesar de las limitaciones a las que se enfrentan, muchas han encontrado la manera de superarlas a través del apoyo familiar y las redes informales (Vercher et al., 2020). Esta resiliencia ha sido reconocida en estudios como el de Semkunde et al. (2022), que subrayan cómo, incluso las mujeres con bajo nivel educativo, pueden emprender en entornos rurales si cuentan con el apoyo adecuado, en forma de capacitación y redes que les proporcionen respaldo emocional y financiero. En este sentido, se destaca el papel de las asociaciones de mujeres rurales y de las organizaciones profesionales como espacios clave de formación, acompañamiento y generación de redes (López, 2017). Entidades como AMAFFER, FADEMUR, CERES O AMFAR, así como iniciativas impulsadas en Castilla y León como ISMUR o la Red de Igualdad de la Mujer Rural, contribuyen a fortalecer las capacidades emprendedoras mediante acciones formativas, intercambio de experiencias y apoyo mutuo. Junto a estas iniciativas, el aprendizaje derivado de la experiencia práctica, el trabajo cotidiano y las redes familiares y comunitarias constituye una fuente fundamental de

adquisición de competencias, favoreciendo la sostenibilidad de los proyectos emprendedores y su impacto en el territorio (Vercher et al., 2020).

Estudios como el de Ahmetaj et al. (2023) señalan que el impacto positivo que tienen estas mujeres en sus comunidades no puede subestimarse. Al crear nuevos negocios, no solo dinamizan la economía local, sino que también generan empleo y fortalecen el tejido social de las zonas rurales. En el mundo del vino, estas iniciativas contribuyen además a la diversificación productiva y a la puesta en valor del territorio. De este modo, las emprendedoras rurales se convierten en agentes de cambio, contribuyendo al desarrollo sostenible de sus localidades y ofreciendo nuevas oportunidades a futuras generaciones de mujeres (Guerrero et al., 2022).

En definitiva, la investigación previa evidencia que el emprendimiento femenino constituye una vía relevante para afrontar algunos de los desafíos estructurales del medio rural. No obstante, su potencial solo puede desarrollarse plenamente si se abordan de forma integral las carencias existentes en infraestructuras, financiación, servicios y oportunidades formativas, así como las debilidades derivadas de la fragmentación y la escasa coordinación entre los agentes implicados. En este contexto, el presente estudio pretende contribuir a este debate, incorporando el análisis del sector vitivinícola como un ámbito estratégico para comprender las dinámicas de género, emprendimiento y desarrollo rural en Castilla y León.

3. *Objetivos, metodología y fuentes*¹

El objetivo de esta investigación es analizar el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de Castilla y León, con el fin de identificar los factores que influyen

-
- 1• En este artículo, la herramienta de inteligencia artificial ChatGPT (OpenAI, versión 3.5 y 5.2) se utilizó únicamente como apoyo en tareas de redacción, edición y reformulación estilística del texto, con el fin de mejorar la claridad expositiva, la coherencia interna y la adecuación a los requisitos formales de la revista. La IA no se empleó en ningún caso para el análisis de datos, la interpretación de resultados, la generación de contenidos empíricos ni la elaboración de conclusiones científicas. Todo el contenido sustantivo del estudio (incluidos los datos, el diseño metodológico, los análisis estadísticos, la discusión y las conclusiones) ha sido elaborado por la autora a partir del trabajo de investigación original. Los textos generados o reformulados con apoyo de IA fueron posteriormente revisados, corregidos y validados por la autora, garantizando su fidelidad al material empírico, a la literatura científica citada y al enfoque teórico del estudio.

en las trayectorias emprendedoras de las mujeres, así como las barreras que enfrentan y los apoyos y necesidades asociados a su actividad empresarial. Para alcanzar este objetivo, se optó por un enfoque cuantitativo, centrado en el análisis de una muestra de mujeres responsables de bodegas y viñedos de la región. La población accesible del estudio se determinó mediante una identificación exhaustiva de las bodegas de la comarca ($n=649$), utilizando el Directorio Central de Empresas (DIRCE) y los registros de las trece Denominaciones de Origen (D.O. en adelante). Estas trece D.O. son: Ribera del Duero, Rueda, Cigales, Toro, Arribes, Tierra del Vino de Zamora, Bierzo, Tierra de León, Arlanza, Valles de Benavente, Sierra de Salamanca, Cebreros y Valtiendas. A partir de esta identificación, se seleccionaron aquellas bodegas dirigidas por mujeres, identificándose un total de 140, que constituyeron la población objetivo del estudio.

El tamaño muestral se calculó mediante la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 90 % y un margen de error del 5 %, resultando en 95 casos recomendados. La muestra final estuvo compuesta por 100 emprendedoras que aceptaron participar. La selección se realizó mediante muestreo aleatorio simple dentro de la población identificada, garantizando diversidad territorial, formativa y empresarial.

La recogida de datos se llevó a cabo mediante la administración de un cuestionario *ad hoc*. Su diseño se basó en una fase exploratoria previa que incluyó la asistencia a jornadas y espacios de trabajo del sector vitivinícola –como las Jornadas Mujer y Vino celebradas en Peñafiel, la Feria Nacional del Vino en Ciudad Real o actividades organizadas por la Asociación de Familias y Mujeres del Medio Rural (AFAMMER)– y la revisión de literatura existente sobre emprendimiento femenino, desarrollo rural y estudios de género. A partir de esa fase, el instrumento fue sometido a un proceso de validación mediante juicio de expertos, realizándose dos rondas de revisión en las que participaron un total de 15 especialistas en las áreas de emprendimiento, género y desarrollo rural. Como resultado de este proceso, el cuestionario alcanzó un elevado nivel de consistencia interna, con un coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach de 0,96, lo que garantiza solidez y fiabilidad.

La recolección de datos se llevó a cabo entre junio de 2023 y enero de 2024 a través de tres vías complementarias: correo electrónico, entrevistas (telefónicas y presenciales) y en distintas jornadas y actos relacionados con el sector.

Los datos recogidos fueron analizados utilizando el programa de análisis estadístico Sphinx® (Le Sphinx Iberoamérica S.L., 2023), lo que permitió un tratamiento sistemático y riguroso de la información cuantitativa recogida. Para la interpretación de los resultados, se definieron diferentes categorías de análisis derivadas de la estructura del cuestionario: características sociodemográficas; formación formal y no formal; trayectoria emprendedora y antecedentes familiares; apoyos recibidos en el proceso de emprendimiento; barreras percibidas; desarrollo de competencias

transversales y habilidades personales; y necesidades actuales para la consolidación del negocio. Esta categorización permitió estructurar el análisis de manera que reflejara las principales dimensiones que influyen en el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola.

4. Resultados

Los resultados que se presentan a continuación se estructuran a partir de las categorías de análisis definidas en la metodología y permiten describir las características de las mujeres emprendedoras del sector vitivinícola en el medio rural de Castilla y León, así como sus motivaciones, apoyos, barreras y necesidades en el proceso emprendedor.

4.1 Caracterización de la muestra de emprendedoras vitivinícolas

La muestra analizada está compuesta por 100 mujeres emprendedoras del sector vitivinícola de Castilla y León que desarrollan su actividad como propietarias de viñedo, bodega o ambas. En concreto, 78 las participantes declararon ser propietarias tanto de viñedo como de bodega, mientras que 14 de ellas lo eran únicamente de viñedo y ocho exclusivamente de bodega. Esto evidencia un alto grado de implicación integral en el proceso productivo.

En cuanto a la distribución territorial, las emprendedoras participantes se encuentran adscritas a distintas D.O. de la región. Las D.O. con mayor representación en la muestra son Ribera del Duero (39), Rueda (20), Bierzo (10) y Toro (10), seguidas de Cigales (7), Arlanza (5), Arribes (4) y Valles de Benavente (3). Asimismo, se registró participación, aunque en menor medida, de mujeres vinculadas a Vinos de Calidad con Indicación Geográfica como Tierra de León (2), Cebreros (2) y Sierra de Salamanca (2). Esta distribución refleja la presencia de mujeres emprendedoras en las principales zonas vitivinícolas de la comunidad.

Respecto a la edad, la muestra presenta una amplia diversidad generacional: 23 de las participantes tiene menos de 36 años, 13 de ellas se sitúan entre los 36 y 39 años, 14 entre los 40 y 43 años, 16 entre los 44 y 47 años y 25 superan los 48 años. Esta heterogeneidad permite aproximarse a distintas trayectorias emprendedoras y etapas de consolidación empresarial dentro del sector.

En relación con el lugar de nacimiento, 66 de las mujeres indicaron haber nacido y vivido en entornos urbanos, frente a 34 mujeres que declararon tener origen rural. Este dato resulta relevante para el análisis posterior, ya que permite diferenciar perfiles de emprendedoras con trayectorias vitales y procesos de arraigo territorial diversos.

Por último, en lo que respecta a las características personales, las emprendedoras valoran de forma especialmente elevada algunas vinculadas al desempeño emprendedor. Entre los rasgos más destacados se encuentran la lealtad, la perseverancia, la persistencia, la iniciativa, la perspectiva de futuro, el optimismo, la versatilidad, el pensamiento crítico y la resiliencia. Estos rasgos configuran un perfil personal orientado a la adaptación, la toma de decisiones y la continuidad del proyecto empresarial.

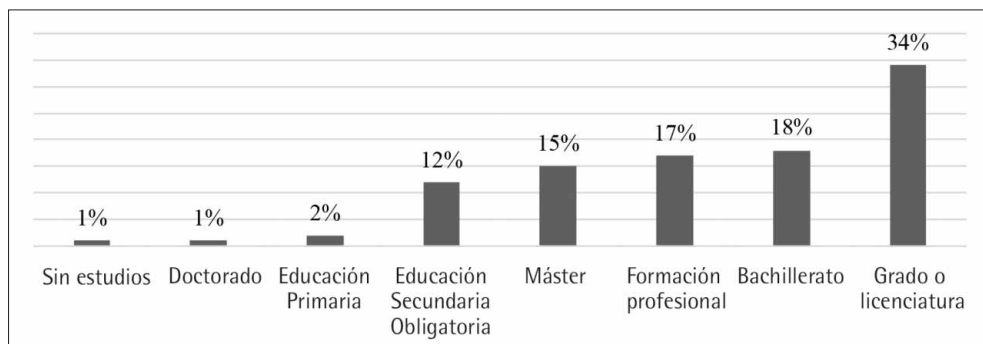
4.2 Formación formal, no formal e informal: su rol en el emprendimiento

Uno de los aspectos más relevantes para comprender las capacidades de las emprendedoras rurales es el nivel de educación formal que han alcanzado (Figura 1). En este sentido, el nivel educativo de las participantes del estudio evidencia una amplia variedad, lo que refleja una base académica sólida en su conjunto. Según los datos recogidos, 34 participantes poseen un grado o licenciatura, 18 de ellas cuentan con el título de bachillerato y 17 han completado estudios de formación profesional, lo que representa un nivel educativo medio-alto y evidencia que han adquirido habilidades prácticas y técnicas en áreas específicas. Es importante señalar que esta formación no siempre está directamente vinculada al sector vitivinícola, sino que procede de ámbitos formativos diversos. Asimismo, son 15 las que han alcanzado un nivel de estudios de máster, lo cual denota una clara intención de profundizar en conocimientos especializados y de manejar aspectos más complejos relacionados con su sector.

Cabe destacar que 12 de las participantes han finalizado la Educación Secundaria Obligatoria, dos de ellas cuentan únicamente con la Educación Primaria y una no ha recibido ningún tipo de formación académica. Este último dato pone de manifiesto que el impulso emprendedor puede trascender las barreras formativas tradicionales, ya que este pequeño porcentaje de mujeres ha logrado iniciar y desarrollar su proyecto empresarial sin una formación formal, lo que constituye un logro significativo.

Figura 1.

Nivel educativo de las participantes



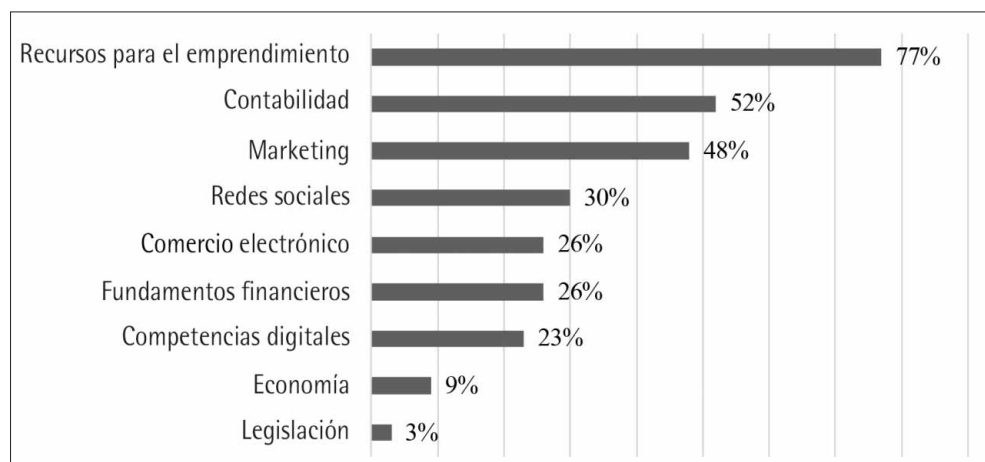
Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®.

En el caso de la educación no formal, 66 participantes manifestaron haber realizado cursos específicos para emprender. Este hecho demuestra que las mujeres reconocen la importancia de adquirir habilidades y conocimientos prácticos para desarrollar sus proyectos. Los cursos que han realizado ofrecen orientación sobre recursos y herramientas para el emprendimiento (51), contabilidad (34), marketing (32), redes sociales (20), comercio electrónico (17), fundamentos financieros (17), competencias digitales (15), economía (6) y legislación (2), entre otros (Figura 2).

Finalmente, 34 mujeres manifestaron no haber recibido formación adicional para emprender. Aunque no hayan realizado cursos sobre temáticas específicas, es posible que hayan adquirido habilidades y conocimientos a través de otras vías, como la experiencia laboral en otros sectores, la observación o el aprendizaje autodidacta. Concretamente, 95 participantes señalaron que las experiencias de su día a día y el aprendizaje en momentos informales les habían permitido adquirir conocimientos necesarios en su emprendimiento.

Figura 2.

Educación no formal adquirida por las mujeres para emprender



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®.

4.3 Factores motivacionales de las emprendedoras

Las razones detrás de la decisión de emprender son variadas y reflejan tanto aspiraciones profesionales como personales. Los resultados revelan una diversidad de factores complementarios que motivan a las mujeres a emprender. Entre los más destacados se encuentran (Figura 3):

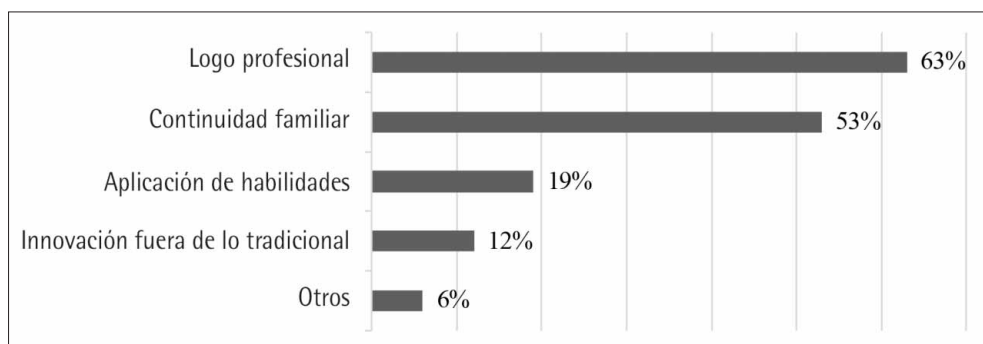
- **Alcanzar metas profesionales:** 63 participantes señalaron que uno de los principales motivos para emprender es la consecución de sus objetivos profesionales. Para estas mujeres, el emprendimiento representa una vía para progresar en sus carreras, ofreciendo oportunidades de desarrollo y crecimiento que pueden no estar presentes en el empleo tradicional.
- **Continuar con la tradición familiar:** 53 emprendedoras declararon que su motivación está arraigada en la continuidad del legado familiar. Este dato pone de relieve la importancia del emprendimiento como medio para mantener vivas las tradiciones familiares.
- **Poner en práctica sus habilidades:** 19 mujeres manifestaron haber emprendido para aplicar y aprovechar sus habilidades. Este grupo ve el emprendimiento

como una oportunidad para utilizar sus talentos y competencias, mientras también desarrollan nuevas destrezas en el proceso.

- Romper con los modelos tradicionales: 12 participantes indicaron que decidieron emprender para ejercer su actividad profesional fuera de los modelos laborales tradicionales. Este dato refleja un deseo de mayor autonomía, flexibilidad y una forma de vida que ofrezca alternativas a las estructuras convencionales de trabajo.
- Otros motivos: seis mujeres señalaron otras razones para emprender, que incluyen factores como la búsqueda de independencia económica, el deseo de tener un impacto social o la exploración de nuevas oportunidades de negocio. Estos motivos más específicos reflejan las circunstancias individuales y los diversos caminos que llevan a las mujeres a optar por el emprendimiento.

Figura 3.

Motivaciones que impulsan a las mujeres a emprender en el medio rural



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®.

4.4 La herencia familiar en el emprendimiento femenino

Otro factor importante que influye en el emprendimiento femenino es el papel de los antecedentes familiares. Los resultados obtenidos muestran que 57 participantes no tienen antecedentes de mujeres emprendedoras en su familia, mientras que 43 de ellas si cuenta con ellas. Para las 57 participantes que no poseen antecedentes familiares de emprendimiento femenino, esto puede suponer un

contexto en el que emprender no ha sido una experiencia común en su entorno. La falta de modelos cercanos podría representar un desafío adicional, ya que estas mujeres no disponen de referentes familiares directos en su camino hacia la creación de sus propios proyectos.

Por el contrario, las 43 mujeres que sí tienen antecedentes de emprendedoras en su familia parecen beneficiarse de la experiencia previa y el conocimiento transmitido a lo largo de las generaciones. Contar con ejemplos de mujeres emprendedoras dentro del ámbito familiar puede ofrecer una fuente de inspiración y apoyo significativo, proporcionando tanto una base de conocimientos como un espíritu emprendedor inculcado desde una temprana edad.

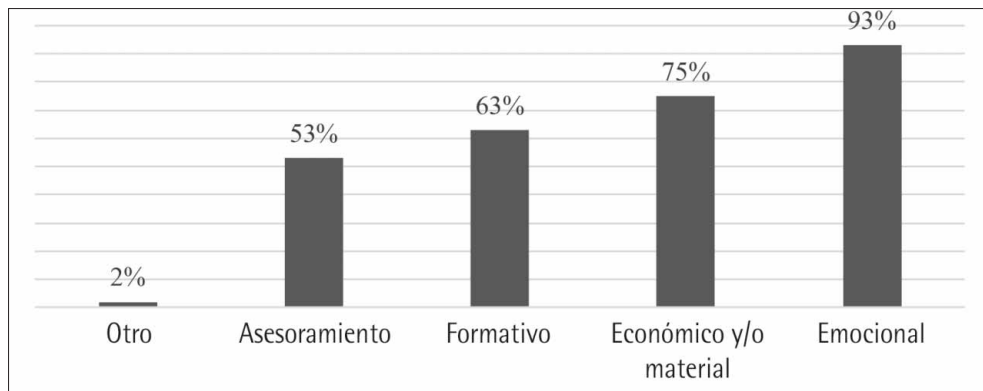
Es importante subrayar que, independientemente de contar o no con antecedentes familiares en el ámbito del emprendimiento, todas las participantes han demostrado tener la capacidad de emprender. Aunque los antecedentes familiares pueden influir en sus percepciones y actitudes frente al emprendimiento, cada una de estas mujeres ha sido capaz de superar limitaciones y establecer nuevos precedentes en sus trayectorias empresariales.

4.5 Redes de apoyo para el emprendimiento rural

Las participantes compartieron sus experiencias acerca de los principales tipos de apoyo que han sido esenciales en su trayectoria empresarial (Figura 4). El apoyo emocional fue mencionado por 93 de las mujeres, subrayando la importancia de contar con una red de personas que les brinden comprensión y motivación. El apoyo económico y material fue relevante para 75 emprendedoras, reflejando la necesidad de acceder a recursos financieros para la sostenibilidad de sus negocios. Además, 63 de las participantes resaltaron el apoyo formativo, destacando la importancia de la capacitación y los programas especializados, mientras que 57 de ellas mencionaron la importancia del asesoramiento previo, que les proporcionó orientación clave en las primeras etapas de su emprendimiento.

Figura 4.

Tipos de apoyo recibidos por las mujeres en su proceso emprendedor



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®.

4.6. Obstáculos comunes en el camino emprendedor

Las emprendedoras señalaron una serie de barreras comunes que dificultan su progreso, destacando los trámites burocráticos, el acceso a la financiación, la conciliación familiar y la formación de equipos (Figura 5). Del total de encuestadas, 92 participantes identificaron los trámites burocráticos como el principal obstáculo, debido a la complejidad de los procesos administrativos y la sobrecarga de regulaciones, lo que les exige un esfuerzo considerable para cumplir con las normativas establecidas. Además, 64 de ellas destacaron las dificultades para acceder a la financiación, subrayando lo complicado que es obtener los recursos económicos necesarios para poner en marcha y hacer crecer sus negocios. 42 mujeres declararon haber enfrentado desigualdades de género, lo que evidencia que las barreras socioculturales continúan afectando al emprendimiento femenino, limitando sus oportunidades y dificultando su avance en ciertos sectores. Fueron 33 mujeres las que señalaron la conciliación entre la vida familiar y la laboral como otro reto importante, ya que las mujeres deben equilibrar sus responsabilidades personales con el tiempo y la energía requeridos para el emprendimiento. 31 de ellas indicaron encontrar deficiencias en la formación de equipos adecuados, lo cual es esencial para el éxito empresarial, pero no siempre fácil de lograr.

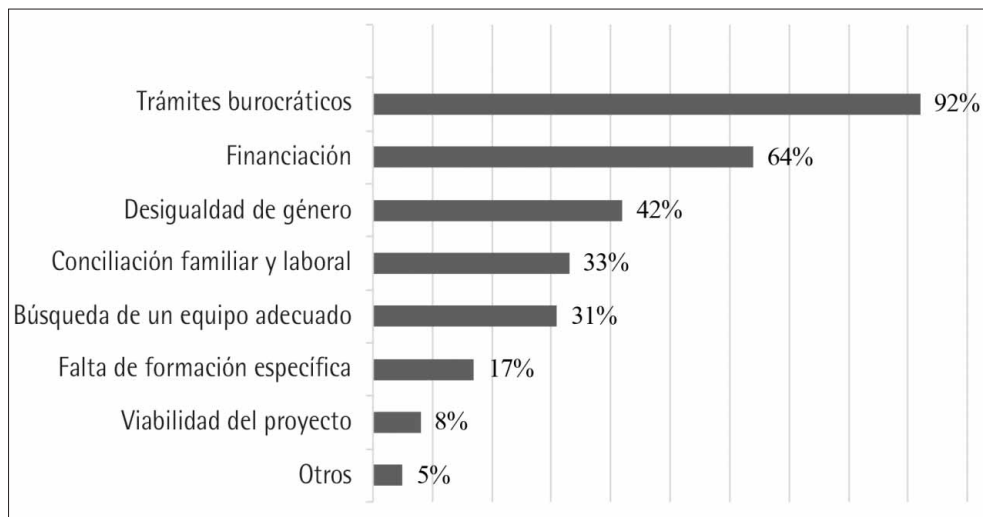
Junto a estos obstáculos, 17 de las participantes indicaron que la falta de formación específica en sus respectivos sectores representa un desafío, ya que esta carencia puede limitar su capacidad para gestionar de manera efectiva sus negocios o

para adaptarse a las demandas del mercado. Ocho emprendedoras destacaron la viabilidad de sus proyectos como otro desafío, ya que evaluar la sostenibilidad a largo plazo es crucial. Para concluir con las dificultades enfrentadas, cinco de ellas mencionaron otros obstáculos, tales como la falta de redes de contacto.

Por otra parte, tras realizar un análisis cruzado entre lugar de nacimiento y los obstáculos enfrentados, no se encontraron diferencias significativas, lo que indica que las barreras del emprendimiento son similares tanto para mujeres de origen rural como urbano. Estos resultados ponen de relieve la necesidad de considerar diversos factores, como la educación, los recursos disponibles o las normas sociales, al analizar los retos del emprendimiento femenino.

Figura 5.

Obstáculos que enfrentan las mujeres para emprender en el medio rural



Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®.

4.7. Necesidades clave de las mujeres emprendedoras

Con el fin de comprender mejor las condiciones que influyen en la sostenibilidad de los proyectos liderados por mujeres en el sector vitivinícola, se analizó la percepción que tienen las participantes sobre el grado de cobertura de distintas necesidades vinculadas a su actividad emprendedora.

La pregunta que dio origen a este análisis permitía seleccionar múltiples opciones, por lo que los porcentajes no representan una suma total, sino el porcentaje de mujeres dentro de cada grupo que declara tener cubierta cada necesidad. Este enfoque permite observar tendencias diferenciadas según la trayectoria emprendedora.

En términos generales, la mayoría de las participantes señalaron que sus necesidades básicas y personales vinculadas al bienestar cotidiano se encuentran satisfechas, lo que indica que el emprendimiento no se desarrolla desde situaciones de precariedad extrema, sino en contextos donde existe una base mínima de estabilidad material. Asimismo, un alto porcentaje expresa sentirse realizada a nivel personal y profesional, lo que apunta a que el emprendimiento cumple también una función identitaria, de proyecto vital y de crecimiento personal. Sin embargo, cuando se analizan las necesidades de seguridad económica, estabilidad del proyecto empresarial y reconocimiento social, aparecen diferencias relevantes en función de los años de experiencia.

Como se observa en la Tabla 1, las mujeres con menos de seis años de trayectoria emprendedora declaran, en mayor medida, presentar carencias en aspectos relacionados con seguridad y reconocimiento, lo que sugiere que las primeras fases del emprendimiento continúan estando asociadas a mayores niveles de incertidumbre, vulnerabilidad y necesidad de legitimación social y profesional. Por el contrario, entre las mujeres con trayectorias más consolidadas aumenta la percepción de estabilidad y seguridad, especialmente cuando superan los quince años de experiencia.

Tabla 1.
Porcentaje de mujeres que declaran tener cubiertas distintas necesidades según años de experiencia emprendedora

Necesidades	Experiencia					Media
	<6	6-8	9-11	12-14	>15	
Seguridad	14 %	27 %	8 %	12 %	39 %	20
Reconocimiento	33 %	18 %	12 %	9 %	28 %	20
Pertenencia	39 %	19 %	10 %	9 %	24 %	20,2
Biológicas	39 %	21 %	9 %	7 %	23 %	19,8
Autorrealización	40 %	20 %	8 %	8 %	23 %	19,8

Nota: La pregunta permitía múltiples respuestas. Los porcentajes representan el porcentaje de mujeres dentro de cada tramo de experiencia emprendedora que declara tener cubierta cada necesidad. La columna "Media" corresponde a la media aritmética simple de los porcentajes observados en los distintos tramos de experiencia. Dado que los grupos presentan tamaños desiguales, esta media debe interpretarse como un valor descriptivo orientativo y no como un porcentaje ponderado sobre el total de la muestra.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis realizado con Sphinx®.

En conjunto, estos resultados ponen de manifiesto que el avance en la trayectoria emprendedora no solo supone una mayor consolidación empresarial, sino también una mejora en la percepción de estabilidad, reconocimiento y seguridad. Este hecho refuerza la importancia de diseñar apoyos específicos en las primeras fases del emprendimiento, momento en el que las mujeres parecen necesitar mayor acompañamiento, apoyo institucional, asesoramiento especializado y redes de legitimación social y profesional que contribuyan a fortalecer la viabilidad de sus proyectos en el medio rural.

5. *Discusión*

Los resultados de este estudio permiten profundizar en la comprensión del emprendimiento femenino en el sector vitivinícola del medio rural de Castilla y León, poniendo de manifiesto la heterogeneidad de perfiles, trayectorias y experiencias que caracterizan a las mujeres emprendedoras en este ámbito. Lejos de ofrecer una imagen homogénea del emprendimiento femenino rural, el análisis evidencia la coexistencia de itinerarios vitales y profesionales diversos, condicionados por factores como el lugar de origen, el nivel formativo, la experiencia emprendedora y el momento del ciclo vital.

Uno de los aspectos clave es la relativamente elevada presencia de mujeres con origen urbano que desarrollan su proyecto empresarial en el medio rural. Este resultado coincide con investigaciones previas que señalan una creciente movilidad hacia espacios rurales por parte de perfiles cualificados, especialmente en sectores vinculados a actividades tradicionales con potencial de innovación, como el vitivinícola (Camarero & Sampedro, 2008, 2019). No obstante, los datos disponibles no permiten distinguir de forma concluyente entre mujeres retornadas y neorurales, lo que limita el análisis de los procesos de arraigo territorial.

Desde una perspectiva sectorial, esta movilidad femenina hacia el ámbito vitivinícola rural podría interpretarse como un proceso de reconfiguración de un espacio productivo tradicionalmente masculinizado, en el que confluyen saberes técnicos, empresariales y simbólicos vinculados al territorio. Profundizar en cómo estas trayectorias inciden en las relaciones de género dentro del sector requeriría, no obstante, análisis cualitativos específicos que permitan explorar los significados, motivaciones y estrategias de integración territorial.

Esta diversidad de trayectorias y perfiles refuerza la perspectiva planteada por Salamaña & Baylina (2006), quienes subrayan que el medio rural no puede entenderse

como un espacio homogéneo, sino como un conjunto de ruralidades múltiples atravesadas por relaciones de género, edad, formación y posición social. Desde este enfoque, el emprendimiento femenino no constituye un fenómeno uniforme, sino el resultado de la interacción entre género y lugar, lo que obliga a superar visiones generalistas sobre la "mujer rural" y atender a la pluralidad de experiencias que se desarrollan en estos territorios.

En relación con la formación, los resultados confirman que las emprendedoras del sector vitivinícola presentan, en general, niveles elevados de formación académica formal, lo que cuestiona la visión tradicional del medio rural como un espacio con escasas oportunidades educativas (CaixaBank, 2022; Lozano, 2012). Este perfil formativo es coherente con las dinámicas de movilidad y retorno de mujeres que se desplazan a entornos urbanos para cursar estudios superiores y, posteriormente, regresan al medio rural para desarrollar proyectos emprendedores, aportando capital educativo y competencias adquiridas fuera del territorio. Asimismo, una parte significativa de esta formación no está necesariamente vinculada al ámbito vitivinícola, lo que sugiere que estas mujeres transfieren saberes y capacidades procedentes de otros campos profesionales al sector rural, contribuyendo a procesos de diversificación e innovación.

Más allá de la formación reglada, las participantes otorgan un papel central al aprendizaje formal e informal, adquirido a través de la práctica profesional, la experiencia intergeneracional y la participación en redes sectoriales. En el contexto rural, este proceso formativo suele articularse a través de cursos, jornadas, acciones formativas, organizaciones del tercer sector y programas públicos orientados al apoyo de las mujeres rurales. Desde esta perspectiva, los datos sugieren la conveniencia de avanzar hacia una mayor integración y visibilidad de estos recursos dentro de los itinerarios de apoyo al emprendimiento femenino, así como mejorar la coordinación entre los distintos agentes implicados, evitando la fragmentación de las iniciativas formativas. Esta evidencia coincide con estudios que subrayan la importancia del aprendizaje no formal e informal en contextos rurales, donde el conocimiento práctico y situado resulta clave para la sostenibilidad de los proyectos emprendedoras (Paín, 1992; Di Rienzo, 2010; Organización Internacional del Trabajo, 2012).

La alta valoración de estos aprendizajes pone de relieve la necesidad de avanzar hacia sistemas de reconocimiento y validación de competencias que permitan visibilizar y acreditar formalmente habilidades adquiridas fuera de los canales tradicionales. En el contexto español, esta función se articula a través del procedimiento de acreditación de competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral o vías no formales de formación, en el marco del Sistema Nacional de Formación Profesional. No obstante, como advierten autores como Carabias & Carro (2018), Cedefop (2020) o Chisvert-Tarazona et al. (2019), los sistemas de validación pueden reproducir marcos estandarizados centrados en perfiles

ocupacionales formales, lo que limita el reconocimiento de competencias transversales y emprendedoras. En esta línea, resulta necesario que estos mecanismos incorporen las particularidades del emprendimiento –especialmente en entornos rurales– y no se diseñen exclusivamente en función de su utilidad para el empleo asalariado, evitando enfoques excesivamente genéricos que no respondan a las necesidades reales de las emprendedoras.

En cuanto a las motivaciones para emprender, los resultados muestran que estas mujeres no se mueven exclusivamente por razones económicas, sino que buscan la autorrealización personal, el desarrollo profesional y, en muchos casos, la continuidad o resignificación de tradiciones familiares vinculadas al sector vitivinícola. Este planteamiento coincide con la literatura que entiende el emprendimiento rural como una estrategia de empoderamiento y construcción de proyectos vitales con sentido, más allá de una respuesta coyuntural al desempleo (Facundo, 2011; Castillo et al., 2020). Resulta especialmente relevante que una parte significativa de las participantes carezca de antecedentes familiares en el emprendimiento, lo que cuestiona la idea de que este dependa necesariamente del capital familiar y pone de relieve la capacidad de agencia y resiliencia de estas mujeres, incluso en contextos marcados por desigualdades de género y territoriales (De Pablo et al., 2021; Semkunde et al., 2022).

Respecto a los apoyos recibidos, el estudio confirma la importancia del respaldo emocional y económico, especialmente en las fases iniciales del emprendimiento. Sin embargo, el menor peso del asesoramiento especializado y del apoyo formativo apunta a carencias en la articulación entre las emprendedoras y los recursos institucionales disponibles. Más que una ausencia de redes, los resultados sugieren problemas de accesibilidad, comunicación y coordinación, tal y como han señalado investigaciones previas sobre capital social y emprendimiento en el medio rural (Vercher et al., 2020). En este sentido, el fortalecimiento de estructuras intermedias y la mejora de la información sobre los recursos existentes se presentan como elementos clave.

Las principales barreras identificadas —burocracia, acceso a financiación y dificultades de conciliación— coinciden con las señaladas en otros estudios sobre emprendimiento femenino rural (Sabater, 2018; García et al., 2019). Si bien estas dificultades no son exclusivas de las mujeres, su impacto resulta mayor en aquellas que asumen responsabilidades de cuidado, especialmente en contextos rurales donde la oferta de servicios públicos es limitada (Pardo & Fontrodona, 2022). En el sector vitivinícola, estas barreras se ven reforzadas por la estacionalidad del trabajo y la necesidad de inversiones iniciales elevadas, lo que incrementa la percepción de riesgo en las primeras etapas del proyecto.

Finalmente, el análisis de las necesidades pone de manifiesto que, aunque las emprendedoras perciben cubiertas aquellas relacionadas con la autorrealización y el

sentido de pertenencia, persisten carencias vinculadas al reconocimiento social y a la seguridad económica, especialmente entre quienes se encuentran en las fases iniciales del emprendimiento. Este resultado coincide con estudios que señalan que la consolidación de los proyectos empresariales está estrechamente ligada al tiempo, la experiencia y la estabilidad del entorno institucional (Modino & Pardo, 2020; Semkunde et al., 2022). De este modo, se refuerza la necesidad de políticas públicas y programas de apoyo diferenciados según el momento del ciclo emprendedor, con especial atención a las etapas iniciales.

Desde una perspectiva integradora, los resultados confirman que el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola del medio rural castellanoleonés constituye un fenómeno complejo y heterogéneo, que no puede abordarse desde enfoques generalistas. Avanzar hacia políticas más eficaces requiere reconocer esta diversidad, mejorar la coordinación institucional y diseñar apoyos adaptados tanto al contexto territorial como a las trayectorias y necesidades específicas de las mujeres emprendedoras.

6. Conclusiones

Este estudio analiza el emprendimiento femenino en el sector vitivinícola de Castilla y León desde una perspectiva que integra género, territorio y trayectoria vital, aportando evidencia empírica sobre un colectivo relativamente poco visibilizado en la literatura. Los resultados confirman que el emprendimiento femenino rural analizado constituye un fenómeno complejo y heterogéneo, que no puede interpretarse desde visiones homogéneas o simplificadoras sobre "la mujer rural".

Una de las principales aportaciones del trabajo reside en la caracterización de los perfiles de las emprendedoras vitivinícolas, evidenciando la coexistencia de trayectorias diversas marcadas por el origen territorial, la formación, la experiencia emprendedora y el momento del ciclo vital. Esta diversidad refuerza la necesidad de analizar el emprendimiento femenino desde la noción de ruralidades múltiples, tal como plantean los enfoques de la geografía rural con perspectiva de género.

Asimismo, el estudio pone de relieve el papel central del aprendizaje informal y experiencial en el desarrollo de competencias emprendedoras, lo que invita a repensar los modelos tradicionales de formación y a avanzar hacia sistemas de reconocimiento y validación de competencias adaptados a las especificidades del emprendimiento rural. No obstante, estos mecanismos deben diseñarse teniendo en cuenta las necesidades

reales de las emprendedoras y el contexto productivo en el que desarrollan su actividad.

Desde el punto de vista de las políticas públicas, los resultados subrayan la importancia de diseñar estrategias de apoyo diferenciadas según el momento del proceso emprendedor, prestando especial atención a las fases iniciales, en las que se concentran mayores carencias de seguridad económica y reconocimiento social. Del mismo modo, se evidencia que uno de los principales retos no reside tanto en la ausencia de recursos, sino en la necesidad de mejorar la coordinación institucional, la accesibilidad a los apoyos existentes y la coherencia entre las distintas iniciativas dirigidas al emprendimiento femenino rural.

Este trabajo presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. El enfoque cuantitativo adoptado permite identificar patrones generales y tendencias significativas en el emprendimiento femenino del sector vitivinícola, pero no profundiza en los significados subjetivos asociados a las trayectorias vitales, los procesos de arraigo territorial o las estrategias de conciliación. No obstante, este estudio se enmarca en una investigación más amplia de carácter mixto, que incluye una fase cualitativa orientada a profundizar en estas dimensiones. Asimismo, la identificación de la población objetivo se realizó a partir de registros oficiales que permitieron localizar 140 empresas vitivinícolas regentadas por mujeres; sin embargo, no puede descartarse la existencia de otras empresas en las que las mujeres desempeñen funciones de dirección o gestión sin figurar formalmente como titulares en los registros consultados, lo que podría implicar una infrarrepresentación parcial del fenómeno analizado. Desde esta perspectiva, los resultados aquí presentados constituyen una base diagnóstica necesaria para una comprensión más completa y contextualizada del fenómeno analizado.

7. Orientaciones futuras

Como líneas futuras de investigación, los resultados obtenidos abren la posibilidad de profundizar en el análisis mediante la integración comparada de los resultados cuantitativos y cualitativos del proyecto, con el fin de enriquecer la interpretación de las trayectorias emprendedoras y los procesos de arraigo territorial. Asimismo, sería pertinente ampliar el estudio a otros sectores productivos y territorios rurales, lo que permitiría identificar similitudes y especificidades contextuales del emprendimiento femenino. Finalmente, el desarrollo de investigaciones longitudinales contribuiría a analizar la evolución de los proyectos empresariales a lo largo del tiempo

y a evaluar el impacto de las políticas públicas y programas de apoyo dirigidos a las mujeres emprendedoras rurales.

8. Financiación

Universidad de Valladolid (Uva). Contrato predoctoral de Morcillo Casas, Verónica: mujer rural y emprendimiento en el sector vitivinícola de Castilla y León. Carro Sancristóbal, Luis (director). Morcillo Casas, Verónica (Beneficiario) 01/11/2020 – 31/10/2024. 71.134,18 EUR. Código de la aplicación presupuestaria del ejercicio de la Uva: 180113-541A.2.01

9. Agradecimientos

Agradecimiento profundo a todas las mujeres que han participado en este estudio, cuya generosidad al compartir sus experiencias y perspectivas ha sido fundamental para enriquecer el análisis. Su compromiso y determinación inspiran y dan sentido a esta investigación, orientada a visibilizar y apoyar sus valiosas contribuciones al desarrollo rural.

10. Referencias

- Ahmetaj, B., Kruja, A. D., & Hysa, E. (2023). Women Entrepreneurship: Challenges and Perspectives of an Emerging Economy. *Administrative Sciences*, 13(4), 111. <https://doi.org/10.3390/admsci13040111>
- Alario, M., & Morales, E. (2016). Iniciativas de las mujeres: Emprendimiento y oportunidades en el espacio rural de Castilla y León. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 613-637. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.369>
- Alonso, V. N. (2012). *La desigualdad de género en la industria del vino desde la reconversión vitivinícola* [Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales]. Recuperado de: <http://ddhh.bdigital.uncu.edu.ar/6035>

- Álvarez, J. L. D. (2019). La despoblación en Castilla y León: Políticas públicas innovadoras que garanticen el futuro de la juventud en el medio rural. *Cuadernos de Investigación en Juventud*, (6), 21-36. Recuperado de: <https://www.cjex.org/wp-content/uploads/2025/10/Despoblacion-CyL.pdf>
- Baylina, M., Mosteiro, M. J., Villarino, M., & Porto, A. M. (2022). Género y emprendimiento rural: Claves para la orientación profesional. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 33(3), 7-21. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.33.num.3.2022.36458>
- CaixaBank. (2022). *XII Informe ClosinGap: Coste de oportunidad de la brecha de género en el medio rural*. Recuperado de: <https://www.caixabank.com/docs/comunicacion/72257.pdf>
- Camarero, L., & Sampedro, R. (2008). ¿Por qué se van las mujeres? El continuum de movilidad como hipótesis explicativa de la masculinización rural. *Reis*, (124), 73-105. <https://doi.org/10.2307/40184907>
- Camarero, L., & Sampedro, R. (2019). Despoblación y ruralidad transnacional: Crisis y arraigo rural en Castilla y León. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 19(1), 59-82. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.290534>
- Camarero, L. (2008). Invisibles y móviles: Trayectorias de ocupación de las mujeres rurales en España. *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (7), 9-33. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/AGER/article/view/12773>
- Carabias, M., & Carro, L. (2018). *De la formación a la validación. Perspectiva europea y española del reconocimiento, validación y acreditación de competencias profesionales*. Universidad de Valladolid. <https://doi.org/10.24197/eduva.763>
- 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. <http://dx.doi.org/10.23878/empr.v14i1.178>
- Cedefop (2020). *Inventory of lifelong guidance systems and practices—Spain*. *CareersNet national records*. Recuperado de: <https://www.cedefop.europa.eu/en/country-reports/inventory-lifelong-guidance-systems-and-practices-spain>
- CEOE Castilla y León (2022). *La mujer en el Medio Rural* [Circular trimestral]. Junta de Castilla y León. Recuperado de: <https://www.ceoecyl.es/areas-de-trabajo/igualdad/boletin-trimestral/la-mujer-en-el-medio-rural>
- Chisvert-Tarazona, M. J., Ros-Garrido, A., Abiétar-López, M., & Carro, L. (2019). Context of validation of non-formal and informal learning in Spain: A comprehensive view. *International Journal of Lifelong Education*, 38(2), 198-213. <https://doi.org/10.1080/02601370.2019.1582563>
- Copus, A., Kahila, P., Fritsch, M., Dax, T., Kovacs, K., Weber, R., Ortega-Reig, M., Piras, S., & Meredith, D. (2020). *European Shrinking rural areas: Challenges, actions and perspectives for territorial governance*. Recuperado de: <https://archive.espon.eu/sites/default/files/attachments/Synthesis%20Report%20ESCAPE%20in%20Spanish.pdf>
- De la Vega, G. (2009). *Mujeres en el mundo del vino*. Recuperado de: <http://vinisfera.com/r/archivo/1876/comment-page-1#comments>

- 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, Perspectivas de La Tierra: Personas, Tenencia, Planificación, Herramientas, Espacio y Salud*, 10(1), 75. <https://doi.org/10.3390/land10010075>
- Di Rienzo, P. (Ed.). (2010). *Il riconoscimento e la validazione degli apprendimenti nonformali e informali nell'Università: Primo rapporto di ricerca: politiche e modelli in Europa: PRIN 2007*. Anicia.
- Díaz-Méndez, C. (2005). Aproximaciones al arraigo y al desarraigo femenino en el medio rural: Mujeres jóvenes en busca de una nueva identidad rural. *Papers. Revista de Sociologia*, 75, 63-84. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v75n0.1016>
- El Español (2022, abril 15). Solo una de cada cinco mujeres es titular de una explotación vitivinícola en la Comunidad. *El Español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/castilla-y-leon/region/20220415/solo-mujeres-titular-explotacion-vitivinicola-comunidad/665183541_0.html
- Facundo, G. (2011). *El libro rojo de las mujeres emprendedoras*. Libros de cabecera.
- FADEMUR (2020, diciembre 30). 2020: Un año "muy duro" en el que las mujeres rurales han demostrado su resiliencia. Recuperado de: <https://fademur.es/fademur/2020-un-ano-muy-duro-en-el-que-las-mujeres-rurales-han-demostrado-su-resiliencia/>
- Fernández, Ó. (2022). Reprogramar el campo. Migraciones de las mujeres al medio rural en España. *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (34), 19-45. <https://doi.org/10.4422/ager.2022.03>
- 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 (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (10), 39-69. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/AGER/article/view/12797>
- García, J. C., Villaseca, D., & González, S. (2019). Emprendimiento femenino y financiación social: Un estudio comparado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (132), 97-121. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.65974>
- Gómez, Y. (2023). *Despoblación, cohesión territorial e igualdad de derechos*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Recuperado de: <https://www.cepc.gob.es/sites/default/files/2024-03/a-1171-despoblacion-cohesion-territorial-accesible.pdf>
- González, 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>
- Guerrero, J. E., Lara, P., Maroto, F., & Ortiz, L. (2022). El relevo generacional y su importancia para el desarrollo de los territorios rurales. En E. Moyano (coord.), *La España Rural: Retos y oportunidades de futuro* (pp. 219-236). Cajamar Caja Rural. Recuperado de: <https://publicacionescajamar.es/publicacionescajamar/public/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/35/mediterraneo-economico-35-la-espana-rural-retos-y-oportunidades-de-futuro.pdf>
- INE (2021). *Altas por municipio, sexo y edad*. INE. Recuperado de: <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?tpx=53196&tL=0>

- Instituto de las Mujeres (2024). Desafío Mujer Rural, un impulso al emprendimiento y al empleo de las mujeres del medio rural. *Ministerio de Igualdad*. Recuperado de: <https://www.inmujeres.gob.es/actualidad/noticias/2024/MujerDesafioRural.htm>
- Le Sphinx Iberoamérica S.L. (2023). *Sphinx iQ3* (Versión 8.61) [Software]. Recuperado de: <https://www.lesphinx.es/>
- 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).
- 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>
- Lozano, C. (2012). El fomento de la integración laboral femenina en el medio rural. Evaluación de los talleres de empleo en la Sierra de Segura (Jaén). *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (12), 117-147. DOI: 10.4422/ager.2011.04
- Martiarena, A. (2022). La agonía del medio rural en Castilla y León. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/politica/20220213/8050642/claves-pueblos-despoblacion-rural-castilla-leon-sanidad-educacion.html>
- Melchor, R., & Bonilla, D. (2024, octubre 6). El vino crea arraigo [Broadcast]. *Onda Cero*. Recuperado de: https://www.ondacero.es/programas/julia-en-la-onda/audios-podcast/entrevistas/rosa-melchor-carlos-david-bonilla-vino-crea-arraigo_20241006670255e06bab1600010960db.html
- Modino, J. M., & Pardo, A. (2020). Despoblación, envejecimiento y políticas sociales en Castilla y León. *Revista Galega de Economía*, 29(2), 18-35. <https://doi.org/10.15304/rge.29.2.6959>
- Observatorio del Emprendimiento de España (2022). *Emprendedoras rurales en España. Análisis con datos GEM 2021-2022*. Recuperado de: <https://www.gem-spain.com/informes-especiales/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2023). El género en relación con los servicios financieros rurales. *Gender*. Recuperado de: <https://www.fao.org/gender/learning-center/thematic-areas/gender-and-rural-financial-services/es>
- Organización Internacional del Trabajo (2012). *Mejorar los sistemas de aprendizaje informal*. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@ifp_skills/documents/publication/wcms_180572.pdf
- Paín, A. (1992). *Educación Informal. El potencial educativo de las situaciones cotidianas*. Ediciones Nueva Visión. Recuperado de: https://eva.fcs.udelar.edu.uy/pluginfile.php/55635/mod_resource/content/1/Educaci%C3%B3n%20Informal.pdf
- Pardo, J., & Fontrodona, J. (2022). *La empresa ante la despoblación. La responsabilidad de la empresa en la dinamización de zonas rurales despobladas*. IESE Business School. Recuperado de: <https://www.iese.edu/media/research/pdfs/ST-0631>

- Pérez, A. M., Tallón, M. D., Rodríguez, 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), 1-12. Recuperado de: <https://helvia.uco.es/handle/10396/16261>
- Pinilla, V., & Sáez, L. A. (2021). La despoblación rural en España: Características, causas e implicaciones para las políticas públicas. *Presupuesto y Gasto Público* (102), 75-92. Recuperado de: <https://www.ief.es/docs/destacados/publicaciones/revistas/pgp/102.pdf#page=75>
- Puértolas, E. (2020). La mujer rural se presenta en Fitur como garantía del turismo sostenible. *diariodelaltoaragon.es*. Recuperado de: <https://www.diariodelaltoaragon.es/noticias/aragon/2020/01/25/la-mujer-rural-se-presenta-en-fitur-como-garantia-del-turismo-sostenible-1194292-daa.html>
- Reig, E., Goerlich, F. J., & Cantarino, I. (2016). *Delimitación de áreas rurales y urbanas a nivel local. Demografía, coberturas del suelo y accesibilidad*. Fundación BBVA. Recuperado de: https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE_2016_MIE_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 (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (8), 113-149. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/AGER/article/view/12786>
- Rico, M. (2007). *La mujer y su relevancia en el proceso de desarrollo rural español*. Observatorio de Legislación y Apoyo a los Sectores Agrario, Pesquero y Alimentario. Recuperado de: https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/mujer_rural_tcm30-103410.pdf
- Rivera, M. J. (2022). Nuevos residentes y despoblación rural en España. En E. Moyano (coord.), *La España Rural: Retos y oportunidades de futuro* (pp. 279-298). Cajamar Caja Rural. Recuperado de: <https://publicacionescajamar.es/publicacionescajamar/public/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/35/mediterraneo-economico-35-la-espana-rural-retos-y-oportunidades-de-futuro.pdf>
- Sabater, C. (2018). La mujer emprendedora: Identidad profesional y factores culturales de género. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 3(2), 55-78. <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>
- Salamaña, I., & Baylina, M. (2006). El lugar del género en la geografía rural. *BAGE. Boletín de la Asociación Española de Geografía*, (41), 99-112. Recuperado de: <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1993>
- Sampedro, R., & Camarero, L. (2007). Mujeres empresarias en la España rural. El sujeto pendiente del desarrollo. *Revista Internacional de Sociología*, 65(48), 121-146. <https://doi.org/10.3989/ris.2007.i48.71>
- Sampedro, R. (2008). Como ser moderna y de pueblo a la vez: Los discursos del arraigo y del desarraigo en las jóvenes rurales. *Revista de Estudios de Juventud*, (83), 179-193.
- Semkunde, M. A., Elly, T., Charles, G., Gaddefors, J., & Chiwona-Karltun, L. (2022). Rural entrepreneurship and the context: Navigating contextual barriers through women's

groups. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(2), 213-234.
<https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2021-0013>

Shortall, S. (2010). *Women Working on the Farm: How to Promote their Contribution to the Development of Agriculture and Rural Areas in Europe*. European Parliament. Recuperado de: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL-AGRI_NT\(2010\)438609](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL-AGRI_NT(2010)438609)

Vercher, N., Escibano, J., & Valero, D. E. (2020). Redes de apoyo al emprendimiento femenino en territorios rurales. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 317-356.
<https://doi.org/10.14198/OBETS2020.15.1.11>

ANEXO

CUESTIONARIO

Mujeres emprendedoras en el sector vitivinícola de Castilla y León

Instrucciones para las participantes:

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. 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.

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?

- ☐ Sí
- ☐ 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	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy creativa	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy coherente	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy resiliente	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy leal	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy noble	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy original	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy servicial	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy persistente	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Tengo perspectiva de futuro	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Soy perseverante	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 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 líderesa	☐ 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.

1	2	3	4	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.

1	2	3	4	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 emprendedoras

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	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Trabajar con eficiencia	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Adaptarse al cambio	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Planificar las acciones	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Comunicar las ideas	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Gestionar el conocimiento	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Orientarse al objetivo	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Tener una dedicación	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Cumplir el compromiso	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Tener la convicción	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Seguir la norma	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

Perseverar en la tarea	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Motivar a otros	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Cooperar con el plan	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Fomentar el espíritu de equipo	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
Apoyar al compañero/a	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 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
	☐ 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

EXISTENCIAL: 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 especial, 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.

PIRÁMIDE DE NECESIDADES DE MASLOW



Teniendo en cuenta las necesidades que propone ¿Cuáles tiene cubiertas usted?

- ☐ Autorrealización
- ☐ Reconocimiento
- ☐ Pertenencia
- ☐ Seguridad
- ☐ Biológicas

Extended Abstract

1. Introduction and justification

Rural women play a fundamental role in the social, economic and demographic sustainability of rural territories. However, their life and professional trajectories unfold within contexts shaped by structural gender inequalities, limited access to employment opportunities and productive resources, and reduced availability of public services and infrastructure. These dynamics are particularly visible in predominantly rural regions such as Castilla y León (an autonomous community in northwest Spain), characterized by persistent depopulation, ageing and masculinization processes.

Previous research has highlighted that women living in rural environments experience a form of "triple discrimination": based on gender, territorial location and the persistent difficulties in reconciling work and family responsibilities. In this scenario, female outmigration—especially among young and highly educated women—has reinforced demographic imbalances and weakened local development processes. Female rootedness in rural territories therefore emerges as a key factor for long-term demographic and socio-economic sustainability.

Within this framework, female entrepreneurship has increasingly been recognized as a strategic pathway for generating employment opportunities, strengthening territorial attachment and revitalizing rural economies. Nevertheless, rural women entrepreneurs continue to face significant barriers, including limited access to financial resources, restricted professional networks, administrative burdens and gender-based inequalities. Despite growing interest in rural entrepreneurship, the scientific literature has largely focused on urban contexts or on entrepreneurship in general terms, paying limited attention to the specific experiences of rural women and even less to particular productive sectors.

The wine sector represents a particularly relevant case study. Traditionally masculinized, it combines strong territorial identity, family heritage, and increasing innovation potential. Although women have historically participated in viticulture and winemaking, their entrepreneurial roles have often remained invisible. Analysing female entrepreneurship within this sector allows for a deeper understanding of how gender, territory and productive tradition intersect in rural contexts.

This study seeks to address this gap by analysing female entrepreneurship in the wine sector of Castilla y León, contributing empirical evidence to better understand

women's entrepreneurial trajectories, motivations, barriers and support systems within a rural productive environment.

2. Objectives, methodology and sources

The main objective of this research is to analyse female entrepreneurship in the wine sector of Castilla y León in order to identify: (1) the factors influencing women's entrepreneurial trajectories; (2) the barriers they face; and (3) the support systems and needs associated with their business activity.

A quantitative approach was adopted. The accessible population was identified through the Spanish Central Business Directory (DIRCE) and the official registers of the thirteen Protected Designations of Origin (PDOs) in the region. Out of 649 wineries identified, 140 were led by women and constituted the target population. The final sample consisted of 100 women entrepreneurs selected through simple random sampling, ensuring territorial and business diversity. The sample size was calculated using the finite population formula (90% confidence level; 5% margin of error).

Data were collected between June 2023 and January 2024 through an ad hoc questionnaire administered via email, telephone and face-to-face interviews, and during sector-related events. The questionnaire design was informed by an exploratory phase that included participation in sector conferences and a review of literature on female entrepreneurship, rural development and gender studies. The instrument underwent a two-round expert validation process involving 15 specialists, achieving high internal consistency (Cronbach's Alpha = 0.96).

Data were analysed using Sphinx® statistical software. Analytical categories included: socio-demographic characteristics; formal and non-formal education; entrepreneurial trajectory and family background; support networks; perceived barriers; development of transversal competencies; and current business needs.

3. Results

The results reveal a heterogeneous profile of women entrepreneurs in the wine sector. Most participants (78%) own both vineyard and winery, indicating a high level of involvement across the entire production chain. The sample shows territorial diversity across the region's main PDOs, particularly Ribera del Duero and Rueda.

Generational diversity is significant, with participants distributed across age groups ranging from under 36 to over 48 years. Notably, 66% of the women were born

in urban environments, suggesting processes of return migration or rural relocation. No significant differences were found between rural- and urban-born women regarding perceived entrepreneurial barriers.

Regarding education, the majority of participants hold medium-to-high formal qualifications: 34% have a university degree, 15% a master's degree, and 17% vocational training qualifications. However, formal education is not always directly related to viticulture, indicating knowledge transfer from other professional fields. Non-formal training also plays a crucial role: 66% attended entrepreneurship-related courses (e.g., accounting, marketing, digital skills). Even more significantly, 95% highlighted experiential and informal learning as fundamental for developing entrepreneurial competencies.

Motivational factors are diverse. The most prominent motivations include achieving professional goals (63%), continuing family tradition (53%), applying personal skills (19%), and breaking away from traditional employment models (12%). Importantly, 57% of participants reported no prior female entrepreneurial role models in their families, underscoring their agency and resilience.

Support networks are essential. Emotional support was mentioned by 93% of participants, economic support by 75%, training support by 63% and prior advisory services by 57%. These findings underline the importance of both relational and material resources.

The main barriers identified include bureaucratic procedures (92%), limited access to financing (64%), gender inequalities (42%), work-life balance difficulties (33%) and challenges in team building (31%). These obstacles are particularly pronounced during the early stages of entrepreneurship.

Finally, the analysis of perceived needs shows that while basic and self-fulfilment needs are generally satisfied, economic security and social recognition remain fragile, especially among entrepreneurs with fewer than six years of experience. Business consolidation appears to be strongly associated with time and accumulated experience.

4. Discussion

The findings confirm that female entrepreneurship in the rural wine sector is not a homogeneous phenomenon but rather a complex interplay of gender, territory, education and life-course dynamics. The significant presence of urban-born women suggests processes of rural reconfiguration and potential knowledge transfer from urban professional environments to rural productive spaces.

The high educational level challenges traditional representations of rural areas as educationally disadvantaged contexts. At the same time, the centrality of informal and experiential learning highlights the need to reconsider dominant training models.

In rural entrepreneurship, situated knowledge and practice-based competencies are critical.

Motivational diversity indicates that entrepreneurship is not merely an economic necessity but also a pathway for identity construction, empowerment and territorial commitment. The absence of family entrepreneurial background among many participants further emphasizes women's agency in challenging traditional gender roles within a masculinized sector.

Barriers such as bureaucracy and financing difficulties align with previous research on rural female entrepreneurship. However, the persistence of gender inequalities and work-family reconciliation challenges underscores the structural dimension of these obstacles, particularly in contexts with limited public services.

The differentiation of needs according to entrepreneurial stages suggests that policy interventions should be tailored to the business life cycle, with reinforced support during initial phases.

5. Conclusions

This study provides empirical evidence on female entrepreneurship in the wine sector of Castilla y León, contributing to the understanding of rural women's entrepreneurial processes from an integrated gender and territorial perspective.

The results demonstrate the heterogeneity of entrepreneurial profiles, the centrality of informal learning processes and the importance of emotional and economic support networks. Barriers are not only structural but also stage-dependent, requiring differentiated policy responses.

Recognizing multiple ruralities and diverse entrepreneurial trajectories is essential for designing inclusive and context-sensitive public policies.

6. Future directions

Future research should integrate qualitative approaches to deepen the understanding of subjective meanings, territorial attachment processes and gender negotiations within the wine sector. Comparative studies across different rural sectors and regions would allow identification of contextual specificities. Longitudinal research designs could further examine business sustainability over time and assess the long-term impact of public support policies.