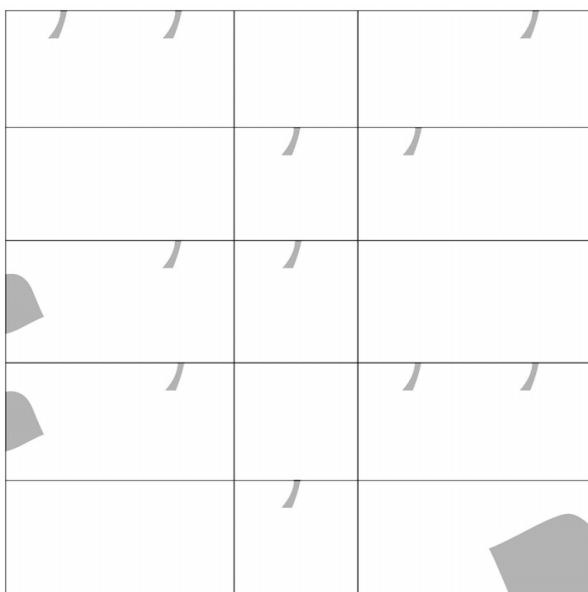


*Mujeres y turismo en el mundo rural:
diversidades y convergencias
(Alpujarra, España)*



María Cristina Gálvez García, Esteban Ruiz-Ballesteros
Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España

DOI: 10.4422/ager.2026.09

ager

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

Mujeres y turismo en el mundo rural: diversidades y convergencias (Alpujarra, España)

Ideas clave:

1. El turismo es una herramienta versátil en las estrategias de vida de las mujeres rurales.
2. El turismo de base local resulta relevante para el arraigo femenino en el medio rural.
3. Las mujeres rurales ejercen su capacidad de agencia para adaptar el turismo a sus prioridades.
4. Los nuevos contextos rurales presentan una mayor diversidad de perfiles femeninos y de estrategias vitales.

Resumen: La masculinización sigue siendo a día de hoy una de las principales preocupaciones en los territorios afectados por la crisis rural. Esta emigración selectiva se relaciona con la ausencia de oportunidades laborales y personales acordes a las expectativas de las propias mujeres. El objetivo de nuestro estudio es indagar en las estrategias que las mujeres rurales despliegan para habitar lo rural y el papel que desempeña el turismo en ellas. A través de un trabajo de campo etnográfico en un pueblo de la Alpujarra granadina (Andalucía, España) se muestra la diversidad de estrategias que las mujeres ponen en juego para habitar lo rural y cómo se sirven para ello de un modelo de turismo de base local, combinando motivaciones económicas, identitarias y familiares. Los resultados muestran el papel significativo de este tipo de turismo a la hora de articular las estrategias vitales de diversos perfiles de mujeres rurales. Concluimos que el turismo de base local es una herramienta flexible, no exenta de ambivalencias, pero que está facilitando tanto la permanencia como la llegada de nuevos perfiles femeninos al espacio rural, y que puede ser relevante para el arraigo femenino en los territorios rurales.

Palabras clave: Masculinización, crisis rural, turismo de base local, etnografía, Alpujarra.

Women and Tourism in Rural Areas: Diversity and Convergence (Alpujarra, Spain)

Highlights:

1. Tourism is a flexible tool in the life strategies of rural women.
2. Community based tourism is important for women's settlement in rural areas.
3. Rural women exercise their agency to adapt tourism to their priorities.
4. New rural contexts present a greater diversity of female profiles and life strategies.

Abstract: Masculinization remains one of the main concerns in areas affected by the rural crisis. This selective emigration is related to the lack of job and personal opportunities that meet women's expectations. We aim to examine the strategies rural women use to live in rural areas and the role that tourism plays in these strategies. Through ethnographic fieldwork in a village in the Alpujarra region (Andalusia, Spain), we show the diversity of strategies that women use and how they use a community-based tourism model to do so, combining economic, identity and family motivations. The results show the

significant role of this type of tourism in articulating the life strategies of diverse profiles of rural women. We conclude that community-based tourism is a flexible tool that, although with limitations, facilitates both the permanence and the arrival of new female profiles in the rural world, and may be relevant for the settlement of women in rural regions.

Keywords: Masculinization, rural crisis, community-based tourism, ethnography, Alpujarra.

Recibido: 10 de noviembre de 2025
Devuelto para primera revisión: 12 de enero de 2026
Devuelto para segunda revisión: 8 de abril de 2026
Aceptado: 15 de mayo de 2026

Cómo citar este artículo Gálvez-García, M. C., Ruiz-Ballesteros, E. (2026). Mujeres y turismo en el mundo rural: diversidades y convergencias (Alpujarra, España). *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (43), 369-404. <https://doi.org/10.4422/ager.2026.09>

María Cristina Gálvez García. <https://orcid.org/0009-0007-7396-9954>
Correo electrónico: mcrisgalvez@gmail.com
Esteban Ruiz-Ballesteros. <https://orcid.org/0000-0002-6270-0593>
Correo electrónico: eruibal@upo.es

1. Introducción y justificación

La masculinización del medio rural ha sido una de las principales preocupaciones en las investigaciones sobre ruralidad de las últimas décadas. Numerosos estudios ponen de manifiesto el desequilibrio entre sexos a raíz de una mayor tasa de emigración femenina (Camarero y Sampedro, 2008; Vargas y Rivas, 2019; Leibert, 2015; Porcal-Gonzalo, 2025). Esta masculinización se hace más acusada en municipios del "rural profundo", por debajo de los 1.000 habitantes, y afecta especialmente a la generación soporte (Vargas y Rivas, 2019). El arraigo femenino en los territorios rurales se considera una prioridad para lograr su sostenibilidad social (Sampedro y Camarero, 2007; Sampedro, 2022). Propiciarlo implicaría, entre otras cosas, facilitar a las mujeres oportunidades laborales y vitales acordes a sus expectativas, que les permitan desarrollar un proyecto de vida con sentido para ellas (Díaz-Méndez, 2005; Baylina et al., 2015).

La expansión del turismo rural en las últimas décadas del siglo XX ha sido vista como una alternativa (a veces, la única) para complementar las frágiles economías domésticas de las zonas periféricas, y también como una fórmula para fijar población femenina al territorio. En efecto, el turismo ha facilitado la incorporación de las mujeres rurales al mercado laboral, propiciando su autonomía, visibilidad y una mayor valoración social (García-Ramón et al., 1995; Nilsson, 2002). Hoy ocupan un papel

nuclear en la gestión de la actividad turística, donde destacan tanto por la puesta en marcha de emprendimientos en el sector como por su papel estratégico como agentes del desarrollo rural (Flores y De la O Barroso, 2011; Wilson-Youlden y Bosworth, 2019; García-Pina et al., 2020; Fernández, 2022). En 2020 el 58,2 % de negocios turísticos rurales estaban liderados por mujeres (Observatorio de Turismo Rural, 2020) y su importancia en la revitalización del mundo rural queda fuera de toda duda.

Aunque existe unanimidad sobre la aportación crucial de las mujeres rurales al turismo y a la sostenibilidad demográfica y social de los territorios que habitan, no queda tan claro en qué medida el turismo redunde en pro de una mejora de sus condiciones de vida, ni cómo se integra en sus elecciones vitales (Alario, 2014; Pettersson y Heldt, 2015). Faltan investigaciones que profundicen en el papel que la actividad turística tiene en las estrategias de las mujeres para habitar el medio rural, cómo la usan y por qué. Para responder a esta cuestión resulta fundamental atender a su contexto geográfico y social, que es el que va a definir tanto las posibilidades como los obstáculos que encuentran, sus valores y la forma en que se integran en el mercado laboral (Hernández-Navarro et al., 2020).

Por otro lado, dentro de un mismo territorio encontramos experiencias femeninas heterogéneas e incluso discrepantes en función de la edad, formación, clase o capital social (Cánoves y Villarino, 2000; Baylina y Salamaña, 2006). Esto resulta particularmente relevante en el caso de destinos turísticos con altas tasas de población foránea residente, donde el impacto de las nuevas formas de ruralidad ha diversificado extraordinariamente los perfiles de mujer rural. Muchos de los destinos turísticos rurales que se han consolidado en España en las últimas décadas responden a este modelo, caracterizado por nuevas prácticas socioespaciales y una territorialidad que implica la revisión de categorías clave como trabajo o capital (Halfacree, 2006; Nogué, 2016).

El objetivo de este artículo es identificar el papel que juega el turismo en las estrategias de las mujeres para habitar el entorno rural. ¿Cómo utilizan el turismo distintos perfiles de mujeres rurales en sus proyectos de vida, por qué lo eligen como actividad profesional, y en qué sentido y medida este da respuesta a sus necesidades? Pretendemos así dar cuenta de "qué mujeres" y "qué turismo" son los que se ponen en juego en la nueva realidad rural, y cómo ambos se articulan para propiciar (y en qué medida) el arraigo femenino al territorio.

Para ello hemos elegido un contexto rural tan periférico como globalizado e internacionalizado, donde el turismo juega un papel relevante en la sociedad local, y en el que existe una variedad importante de perfiles de emprendedoras y asalariadas

en el ámbito turístico: el municipio de la Taha, en la Alpujarra granadina (Andalucía, España). A través de la etnografía hemos reconstruido la trayectoria vital de mujeres involucradas en el sector turístico, accediendo a sus aspiraciones, motivaciones y estrategias para permanecer en el pueblo y sus percepciones sobre las actividades que desempeñan.

A diferencia de la literatura que vincula el trabajo turístico femenino con falta de opciones, precariedad laboral o modelos familiares tradicionales (García-Ramón et al., 1995; Abellán et al., 2020; Cruz et al., 2023), este trabajo aporta una mirada centrada en la agencia de las mujeres y la asunción de nuevos valores y sentidos para habitar lo rural. Mediante la aplicación del marco de "estrategias de vida" de Moller (2012) en un contexto del rural profundo, el artículo muestra que el uso de la actividad turística por parte de las mujeres no es una mera respuesta de supervivencia, sino una herramienta para la construcción de un proyecto de vida con sentido, en el que se priorizan valores de estilo de vida y control personal sobre la maximización de beneficios. Este mecanismo parece apuntar a un cambio de paradigma en las dinámicas demográficas de determinados contextos del rural profundo, donde la "huida ilustrada" (Camarero et al., 2006) está siendo sustituida por el "arraigo estratégico", lo que puede tener una implicación directa sobre la mitigación de la masculinización endémica de los territorios.

2. Turismo y estrategias de vida de las mujeres rurales

La emigración de las mujeres rurales no es un fenómeno reciente, pero ha sido en las últimas décadas del siglo XX cuando la cuestión ha adquirido en España mayor relevancia en las investigaciones sobre lo rural (Camarero y Sampedro, 2008). Su dificultad para permanecer en un entorno con opciones laborales reducidas y condicionadas por estructuras familiares y sociales limitantes, han sido las causas principales que explican esta "huida ilustrada" (Camarero et al., 1991; Little, 1991; Camarero et al., 2006; Sampedro y Camarero, 2007).

Junto a este éxodo femenino, sin embargo, se ha constatado en las últimas décadas un movimiento en sentido inverso, de llegada o retorno de mujeres, que supone una "nueva feminización" de los espacios rurales (Soronellas et al., 2013; Hervás et al., 2016; Vercher et al., 2019). Este proceso aparece ligado a nuevas formas

de habitar y entender lo rural, al surgimiento de nuevos nichos de empleo, la mejora de los servicios y el desarrollo de nuevos valores sobre lo rural, entre otros (Nogué, 2016; Salamaña et al., 2016, Bianchi et al., 2023). Algunas autoras han utilizado la noción de arraigo (Díaz-Méndez, 2005, 2010) para explicar la preferencia de las jóvenes por el territorio rural, a partir de su integración laboral y de una resignificación de su identidad, mientras otras han abordado la importancia del movimiento neorrural en la fijación de población femenina (Alario y Morales, 2016; Egea, 2021). Al mismo tiempo, la instauración de nuevas formas de ruralidad ha aumentado la complejidad de los espacios rurales, poniendo de manifiesto la necesidad de aportar miradas que den cuenta de esta (Baylina y Salamaña, 2006; Vercher et al., 2019).

En este proceso de reconfiguración de los espacios rurales el turismo ha jugado un papel central. Impulsado en los años 90 por iniciativas comunitarias que promueven la multifuncionalidad de los territorios, los programas LEADER y PRODER han resultado clave para su incorporación efectiva a las economías rurales (Hernández-Navarro, 2014). El turismo ha proporcionado a las mujeres mayor autonomía y valoración tanto fuera como dentro del grupo doméstico familiar (García-Ramón et al., 1995; Flores y De la O Barroso, 2011) facilitando su permanencia en un medio con opciones laborales reducidas (Hervás et al., 2016) aunque también enfrentándolas a nuevos desafíos. Varios estudios han hecho notar que el trabajo turístico prolonga la subalternidad femenina y las desigualdades de género, relegando a las mujeres a trabajos poco cualificados, precarios y que a menudo implican la asunción de una doble jornada (Morales et al., 2016; Cruz et al., 2023). Desde esta perspectiva, el turismo es visto como un recurso con escaso potencial para responder a las necesidades y expectativas de las mujeres rurales, sobre todo de aquellas con alta cualificación, y su elección estaría condicionada por la ausencia de mejores alternativas o por una imposibilidad de "escapar" del medio.

Para Moller (2012), la forma en que las mujeres rurales utilizan el turismo está estrechamente relacionada con sus prioridades además de con sus condicionamientos. Estas tienen que ver con la búsqueda de una mayor calidad de vida y un deseo de mayor autonomía, de ahí que muchas mujeres opten por el emprendimiento como forma de insertarse en el mercado laboral (Castelló y Hervás, 2014).

En el ámbito del emprendimiento femenino, autores como Bock (2004) y Oldrup (1999) han llamado la atención sobre la necesidad de tener en cuenta las motivaciones que subyacen a las elecciones de las mujeres para comprender adecuadamente sus estrategias. La menor dedicación de estas a actividades

profesionales y las dimensiones más reducidas de sus emprendimientos han sido exclusivamente explicadas desde su falta de acceso a los recursos, y son a menudo consideradas síntomas de su "fracaso" en comparación con los hombres (Bock, 2004). De esta forma, las mujeres son vistas esencialmente como entes pasivos de un sistema estructuralmente injusto (O'Hara, 1998).

Diversos estudios señalan, sin embargo, que los valores que impulsan el emprendimiento turístico femenino no necesariamente coinciden con los valores tradicionales nacidos de una versión masculinizada del mismo (aquel que contempla el crecimiento económico, la maximización de beneficios y la asunción de riesgos como los tres indicadores del éxito de la actividad [Nordbø, 2022]). Según Carranza et al. (2018), para las mujeres, el éxito de un emprendimiento profesional se relaciona con la posibilidad de tener control sobre sus propios destinos, construir relaciones estables con sus clientes y realizar labores que les resultan gratificantes. Las mujeres emprendedoras priorizan la autorrealización y la flexibilidad para conciliar el trabajo y las responsabilidades familiares frente a la maximización de beneficios (Carter et al., 2003; De Martino y Barbato, 2003) y utilizan los recursos que tienen a su disposición de manera activa y no solo adaptativa. En el turismo rural, las mujeres lideran este tipo de iniciativas micro que buscan un balance óptimo entre necesidades económicas, personales, familiares y sociales (Carlsen et al., 2008), iniciativas que definen en buena medida el propio turismo de base local (Ruiz-Ballesteros, 2021; Nordbø, 2022).

Para indagar en las motivaciones que impulsan a las mujeres rurales a trabajar en el ámbito turístico y en las maneras en que utilizan y gestionan su actividad, atenderemos a sus estrategias vitales como punto de partida. Chambers y Conway (1992) las definen como conjunto de capacidades, acceso a los recursos y acciones necesarios para propiciar un medio de vida satisfactorio. Las estrategias de vida están conformadas por decisiones, mediadas tanto por el entorno como por las necesidades y motivaciones de los individuos (Moller, 2012; Carney, 1998). Se apoyan tanto en lo que "se puede" como en lo que "se quiere" hacer, y responden a una diversidad de intereses y posibilidades que acaban por cristalizar en las decisiones y prácticas de los individuos. En ellas entran en juego factores contextuales y emocionales, así como imprevistos que obligan a cambiar el rumbo cuando las circunstancias lo requieren.

En el caso de las mujeres rurales, las estrategias de vida responderían tanto a su capital económico y social y sus restricciones contextuales, como a sus valores y expectativas. ¿Pero qué lugar ocupa el turismo en dichas estrategias? ¿Qué tipo de actividad turística desarrollan las mujeres rurales y por qué? ¿A qué mujeres sirve?

En su estudio sobre mujeres rurales y emprendimiento turístico en Letonia, Moller (2012) distingue entre estrategias de supervivencia y aquellas orientadas al estilo de vida. Las primeras responden exclusivamente a la necesidad de conseguir o aumentar ingresos en un contexto laboral limitado, mientras que las segundas obedecen al deseo de desarrollar un proyecto vital más satisfactorio a distintos niveles. En esta segunda categoría podemos hablar de:

1) Estrategias orientadas al lugar: se valora principalmente la posibilidad de residir en el medio rural, sea por arraigo sociocultural o por lo que este entorno ofrece (ritmos más relajados, contacto con la naturaleza, vida comunitaria, etc.).

2) Estrategias orientadas a una actividad personal significativa: se prioriza la dedicación a actividades importantes para la mujer más allá de lo laboral, desde el arte hasta el cuidado de una huerta.

3) Estrategias orientadas al desarrollo profesional: el aliciente es la autorrealización a través del propio negocio turístico, tanto por el desarrollo de una profesión satisfactoria como por el sentido de autonomía derivado de la obtención de ingresos propios.

4) Estrategias orientadas a la crianza: se valora un estilo de vida y un entorno propicios para la crianza, que permita compatibilizar los tiempos de trabajo con el proyecto familiar.

Usaremos las categorías de Moller (2012) como marco analítico para dilucidar cómo las mujeres rurales utilizan el turismo en sus proyectos de vida y qué tipos de estrategias adoptan en función de su trayectoria vital, edad y capital económico, social y cultural.

3. *Caso de estudio y metodología: La Taha*

La Taha es un municipio de la Alpujarra granadina, situada en el Sureste peninsular. Engloba siete aldeas y un número importante de cortijadas y pequeños núcleos de población dispersos, con parte de su territorio incluido dentro del Parque Natural de Sierra Nevada. La desarticulación en los años 60 de una economía agraria basada en el modelo de explotación familiar y de autosubsistencia, fue el inicio del intenso proceso de emigración que hoy persiste de manera crónica, aunque mucho

más atenuada (Ruiz-Ballesteros y Gálvez-García, 2014). En la actualidad, el municipio cuenta con 789 habitantes (INE, 2024), 395 hombres y 394 mujeres, ratio ligeramente superior al de los municipios de la comarca, que presentan casi sin excepción tasas de población femenina inferiores a las masculinas. Con un 20 % de población extranjera y una presencia importante de neorrurales y *amenity migrants* (Bertuglia et al., 2013), la Taha reúne, en un espacio muy pequeño, una acusada diversidad cultural, económica y social, que difícilmente encontramos en otras zonas rurales y que, precisamente por ello, nos resulta útil como campo de observación.

La economía del municipio está estrechamente vinculada al sector servicios. El turismo, aunque ha vivido un desarrollo más pausado y tardío que en otros pueblos de la comarca, juega un papel consolidado en la economía local, siempre dentro del marco de la pluriactividad doméstica que caracteriza el mundo rural. La población foránea asentada en el territorio ha desempeñado un papel crucial en la configuración de este turismo. Según datos obtenidos en nuestro trabajo de campo, aproximadamente el 70 % de los emprendimientos turísticos de la Taha están en manos de población foránea residente. Salvo muy contadas excepciones, la mayoría de estas actividades son pequeños negocios de tipo familiar o individual que complementan unas economías domésticas marcadas por la pluriactividad (Gascón et al., 2021). Hablamos, por tanto, de un turismo de base local (Ruiz-Ballesteros, 2021), caracterizado por el control local de la gestión, desarrollo, propiedad y oferta turística, por la repercusión mayoritaria de sus beneficios sobre la población residente y por la búsqueda de la reproducción económica de los grupos domésticos antes que la acumulación de capital. Se trata de una forma particular de organizar y gestionar el turismo, alejada de los grandes flujos de visitantes y las fuertes inversiones de capital que caracterizan el turismo convencional.

En el sector turístico de la Taha las mujeres juegan un papel crucial: de los 54 negocios turísticos contabilizados, 26 están liderados por mujeres, 18 por hombres y 10 son de gestión familiar. Cuando hablamos de mujeres y turismo en la Taha hemos de considerar una amplia heterogeneidad de perfiles, estrategias y formas de integrar la actividad turística en el propio proyecto vital. El proceso de transformación que la sociedad local ha vivido en las últimas décadas ha supuesto la apertura a estrategias y perfiles femeninos diversos, muchos de los cuales contradicen abiertamente el papel tradicionalmente asignado a la mujer en ámbitos rurales.

Para llevar a cabo la investigación hemos utilizado un enfoque etnográfico (Hammersley y Atkinson, 1994; Guber, 2001), basado en un trabajo de campo que

implica la observación participante en el municipio y la realización de entrevistas semiestructuradas: 18 a mujeres que trabajan en el ámbito turístico local o comarcal y tres a informantes clave (responsables municipales de turismo, Grupo de Desarrollo Local y trabajadoras sociales). El trabajo se desarrolló de forma inmersiva entre julio de 2024 y febrero de 2025. Para acceder a las mujeres procedimos primero a identificar los negocios turísticos de la zona a través de fuentes secundarias y de la propia observación en el campo; seguidamente, determinamos cuántos negocios contaban con la participación de mujeres, bien como gestoras/propietarias o como asalariadas. Una vez completada esta tarea seleccionamos a las entrevistadas de manera intencional y a través del método bola de nieve, atendiendo a una adecuada representación de edades, perfiles, procedencias y situaciones laborales, hasta alcanzar la saturación teórica. Nuestra presencia continuada en el pueblo resultó fundamental para complementar estas entrevistas con conversaciones informales que fueron registradas en el diario de campo y que enriquecieron ampliamente la información disponible.

El guion de las entrevistas se estructuró atendiendo a cinco aspectos principales: 1) perfil de las mujeres y trayectoria vital; 2) motivaciones para iniciar una actividad turística; 3) tipo de negocio/ empleo, responsabilidades y habilidades; 4) formas de gestión e integración del trabajo/negocio en su estrategia de vida; y 5) dificultades y/o grado de adecuación entre sus actividades y sus expectativas vitales.

El hecho de que la entrevistadora también fuera mujer, su permanencia prolongada en el lugar y su conocimiento previo del mismo, facilitó el contacto con las entrevistadas y les permitió compartir sus experiencias con mayor libertad. Todas las entrevistas tuvieron una duración de entre hora y media y dos horas y fueron grabadas y transcritas.

Después de una primera lectura de todo el material, su contenido fue categorizado atendiendo a las cinco tipologías de estrategias vitales desarrolladas por Moller (2012): a) de supervivencia; b) orientadas al establecimiento/ permanencia en el lugar; c) orientadas al desarrollo de actividades personales significativas; d) orientadas al desarrollo profesional a través de la actividad turística; e) orientadas a la crianza y la familia (Tabla 1).

Tabla 1.

Perfil de mujeres entrevistadas

Mujeres	Edad	Lugar de origen	Negocio propio/ tipo de gestión	Hijos en el domicilio	Formación/ estudios	Orientación de estrategia de vida
E1	70-75	Andalucía	Sí/ en solitario	No	Medios	Lugar
E2	60-65	Extremadura	Sí/ gestión con ayuda puntual de la pareja	No	Universitarios	Otras actividades significativas
E3	70-75	Madrid	Sí/ en solitario	No	Universitarios	Lugar
E4	35-40	Alpujarra	Sí/ gestión compartida	Sí	Universitarios	Familia
E5	40-45	Francia	No/ en solitario	Sí	Medios	Otras actividades significativas
E6	40-45	Andalucía	Sí/ en solitario	Sí	Universitarios	Desarrollo profesional/ familia
E7	65-70	Comunidad valenciana	Sí/ en solitario	No	Medios	Lugar
E8	50-55	Inglaterra	No/ gestión con ayuda puntual de la pareja	No	Medios	Familia
E9	50-55	Comunidad valenciana	Sí/ En solitario	Sí	Universitarios	Otras actividades significativas
E10	65-70	Inglaterra	Sí/ En solitario	No	Universitarios	Desarrollo profesional
E11	35-40	Inglaterra	Sí/ compartida	Sí	Universitarios	Familia
E12	25-30	Alpujarra	No/ en solitario	Sí	Medios	Supervivencia/ lugar
E13	60-65	Madrid	Sí/ en solitario	No	Medios	Lugar
E14	65-70	Inglaterra	Sí/ gestión compartida	No	Medios	Desarrollo profesional/ lugar
E15	50-55	Andalucía	Sí/ en solitario	No	Medios	Lugar
E16	60-65	Alpujarra	Sí/ en solitario	Sí	Medios	Supervivencia
E17	65-70	Alpujarra	Sí/ gestión familiar	No	Medios	Lugar
E18	60-65	Holanda	Sí/ gestión compartida	No	Universitarios	Lugar/ otras actividades significativas

Fuente: Elaboración propia.

Esto nos permitió trazar una perspectiva general de la vinculación entre mujeres y actividad turística, con la residencia en el municipio como telón de fondo. Seguidamente, procedimos a un segundo nivel de análisis para seleccionar los cinco casos particulares que presentamos en los resultados. La idoneidad analítica de estos casos responde a tres criterios: 1) su representatividad respecto a las tipologías de estrategias vitales de Moller (2012), garantizando que cada categoría analítica cuente con un referente empírico claro; 2) su pertinencia estructural, cubriendo la diversidad de perfiles (edad, origen, formación) identificados en el mapeo previo del municipio; y 3) su significatividad y densidad informativa, seleccionando aquellos testimonios que mejor ilustran las tensiones y matices de la relación mujer-turismo (Tabla 2). Las cinco microbiografías presentadas son aquellas que dan cuenta de forma más detallada de los procesos que viven las mujeres de la Taha en sus formas de habitar lo rural, plasmando no solo sus motivaciones o expectativas, sino todo su recorrido alrededor de la decisión de residir en el pueblo y de valerse del turismo para ello.

Tabla 2.
Casos de estudio seleccionados

Entrevistada	Edad	Origen/ nacionalidad	Formación/ estudios	Negocio propio	Hijos en el domicilio	Tipo de estrategia
Diana	27	Alpujarra	Medios	No	1	Supervivencia
Natalia	72	Andalucía	Medios	Sí	No	Orientada al lugar
Gloria	41	Francia	Medios	No	1	Orientada a otras actividades significativas
Lorrie	70	Inglaterra	Universitarios	Sí	No	Orientada a la realización profesional
Mónica	37	Alpujarra	Universitarios	Sí (además de empleo como asalariada)	2	Orientada a la crianza

Fuente: Elaboración propia.

Hay que tener en cuenta que ninguno de los casos personales responde a una única estrategia vital y que estas estrategias pueden cambiar con el tiempo en función de coyunturas contextuales y biográficas. De ahí que el caso real, si es significativo,

resulte más elocuente que una tipologización teórica que simplifique la dinámica de los hechos empíricos.

La transferibilidad de nuestros hallazgos a otros contextos rurales presenta límites vinculados a las características específicas del mercado turístico de la Taha, su singular patrimonio cultural y natural, y sus dinámicas demográficas, marcadas por un notable peso de la neorruralidad. Nuestros resultados deben entenderse, pues, como lógicas de acción que funcionan en entornos de turismo rural de montaña, no necesariamente extrapolables a otros contextos rurales agrarios o industriales donde las dinámicas son marcadamente diferentes, pero sí con un potencial muy relevante para la reflexión teórica.

Las participantes en esta investigación han manifestado su consentimiento informado. Los investigadores garantizan la confidencialidad de la información recopilada y el almacenamiento seguro de la misma (Comité de Ética de la Universidad Pablo de Olavide, expediente 22/8-2).

4. Resultados: el turismo en las estrategias de vida de las mujeres rurales

La diversidad de perfiles de mujeres en la Taha y su forma de relacionarse con la actividad turística dan cuenta de la coexistencia, en un territorio muy limitado, de realidades sociales y estrategias vitales dispares. Asimismo, nos hablan de motivaciones muy diversas pero que tienen en común la búsqueda del equilibrio personal y laboral. Como se verá, la forma de utilizar el turismo y el tipo de actividad turística que cada mujer desarrolla están profundamente condicionados por su experiencia vital previa, sus valores, expectativas y su capital social y cultural. Aunque en todos los casos coexisten dos o más orientaciones vitales diferentes, hemos seleccionado casos en los que una de las estrategias sobresale por encima de las demás, y que, por tanto, las ilustran de manera más específica. Así, cinco mujeres diferentes nos ayudarán a comprender, a través de sus trayectorias vitales, las formas en que mujeres y turismo se encuentran en el mundo rural, y a reflexionar sobre correlaciones y diversidad.

Caso 1: Diana. Estrategia “de supervivencia”

Diana (27 años) está separada y es madre de una niña de seis. Hija de una de las pocas familias ganaderas que quedan en la zona, dejó el cortijo de sus padres para vivir con el padre de su hija en una de las aldeas de la Taha. Con estudios de secundaria, optó por ponerse a trabajar en la hostelería desde joven:

“Digo, mira, me voy a tirar ahora diez años estudiando para intentar ser profesora... entonces me vine aquí y bueno, lo que hay. (...) En general quienes somos de aquí tenemos dos ámbitos para trabajar: los hombres la construcción y el campo y las mujeres limpian y están en los bares”.

En la actualidad compagina su trabajo como camarera en un restaurante de la zona con la limpieza de alojamientos rurales, en condiciones laborales variables y a menudo precarias:

“Depende, yo por ejemplo he estado muy contenta en algunos trabajos que he hecho, por ejemplo, este de X, todo muy legal: buen dinero, todo contratado, si echas más horas es hora extra... Después hay otros negocios, sobre todo en la hostelería, pues quizá el dinero más o menos bien pero no estás nunca contratado las horas que trabajas. Yo hace poco saqué mi vida laboral para algo del colegio que tenía que enviar y digo ¡qué lástima! Tenía cotizados dos años y medio después de haber estado trabajando en este sector como siete años, y te estoy diciendo, haciendo dos trabajos...”.

Con la maternidad, Diana quiso centrarse en la crianza y pasó cuatro años sin trabajar: *“Yo también lo decidí, quería tomarme el tiempo...”*. La reincorporación a su antiguo puesto de camarera no le fue difícil, aunque, ahora que está separada, la conciliación es su principal reto. Eso, y el desgaste físico y mental que le supone su empleo, ha hecho que reduzca su jornada laboral a cuatro días semanales, aprovechando las mañanas para trabajar en el servicio doméstico y completar así sus ingresos:

“Bueno, cuando trabajo en limpieza siempre lo hago en horario en el que ella está en el cole, que por eso lo hago, me conviene que ella no se dé cuenta de que estoy trabajando y mientras tanto estoy generando dinero, y después con el tema del bar, que sí es más complicado, con los niños y el bar la verdad es que te pierdes muchas cosas... por eso solo trabajo cuatro días, y esos cuatro días se la queda el papá. (...) Yo qué sé, yo he decidido ganar un poco menos de dinero y pasar más tiempo con ella”.

Para Diana, el turismo es una de las pocas posibilidades laborales de que dispone, teniendo en cuenta sus escasas oportunidades de movilidad (no tiene carné de conducir). Ni su capital social ni sus recursos económicos le han permitido hasta ahora desarrollar otras estrategias. Los gastos de alquiler y su situación familiar hacen que obtener ingresos sea prioritario para ella en este momento. A pesar de su sensación de falta de elección, reconoce que prefiere su trabajo a otros en el sector de los cuidados (en auge en el mundo rural y curiosamente vinculado al turismo [González-Portillo y Ruiz-Ballesteros, 2024]). Aunque se muestra crítica con el turismo y no se ve en la hostelería a largo plazo, no desdeña la posibilidad de seguir trabajando en este ámbito si ello le permite permanecer en el pueblo, aunque su ideal sería hacerlo de forma autónoma:

"A mí me gusta la vida en el pueblo, no me iría a la ciudad ni a otro sitio. Sí que pienso que, aunque soy muy joven, el trabajo que tengo no es algo que se pueda mantener mucho en el tiempo, no voy a poder trabajar hasta los sesenta y siete años siendo camarera, ni me gustaría, porque antes sin niños no lo notaba, pero ahora yo no me quiero perder... los fines de semana, días especiales... y a nivel físico acabas reventada. (...) Lo que pienso que podría estar bien puede ser tener unas casitas y alquilarlas y que sea tu propio trabajo, pero no un restaurante, algo más tranquilo..."

Caso 2: Natalia. Estrategia orientada al lugar y a la naturaleza

Natalia (72 años) es propietaria de un alojamiento rural situado en una pequeña finca con frutales, olivos, gallinas y huerta. Originaria de un pueblo de Jaén, aterrizó en la Taha en 1983, después de haber vivido en Madrid, Suiza y Londres, donde realizó sus estudios de Arte. Sus inquietudes la llevaron a la meditación y la vida en comunidad primero, y a la búsqueda de un mayor contacto con la naturaleza después. La Taha, que en los años 80 era un lugar poco visitado, económicamente asequible y con disponibilidad de agua y tierras cultivables, apareció como el lugar idóneo para desarrollar su proyecto vital. Natalia pertenece a la primera oleada de neorrurales que llegaron a la Alpujarra. Se instaló en la Taha porque era una zona más tranquila en comparación a otros pueblos de la zona, y porque el carácter del lugar todavía tenía mucho de campesino: *"A la Taha venía gente que lo que quería era el campo, tener huerto, gallinas..."*

Construyó su casa con los ingresos que obtenía trabajando por temporadas en Londres y durante casi una década la mantuvo como centro de retiro espiritual. En el 2002, a la vuelta de una prolongada estancia en India, decidió transformar parte del espacio en alojamiento rural. El proyecto de los retiros había tocado a su fin años atrás y en la zona no contaba con las posibilidades de ingresos que había tenido en el extranjero. Sin embargo, no quería renunciar al que consideraba su hogar y en el que deseaba establecerse definitivamente. En aquel momento, y a partir de los recursos con los que ya contaba (algunos ahorros y la propia casa, situada en un entorno atractivo para los visitantes), el turismo apareció como una posibilidad de aunar ingresos, autonomía, permanencia y cuidado del espacio, aun cuando la actividad en sí no le resultase atractiva a priori:

"Yo me resistí a participar porque el turismo no me gustaba, o más bien lo que yo pensaba que era el turismo. Luego vi que las personas que venían a mi casa eran extranjeros, personas más en mi onda".

Sus años en Londres, su buen dominio del inglés y su bagaje vital le han permitido conectar con un público cosmopolita. Natalia dispone de dos pequeños apartamentos que alquila por temporadas breves, pero su verdadera pasión es el mantenimiento del lugar y el contacto con la tierra. En su huerto alterna semillas autóctonas con variedades traídas de Australia o Japón; las gallinas le proporcionan huevos frescos a ella y sus invitados. El cuidado de los árboles y el huerto ocupa la mayor parte de su tiempo, mientras que el turismo es la herramienta que le ha permitido quedarse en el lugar y mantener unos ritmos de trabajo acordes a su proyecto. Su gestión del negocio turístico está en concordancia con esta *"slow life"*: no se publicita en las plataformas turísticas más conocidas, ofrece estancias mínimas de una semana y privilegia a la clientela que vuelve año tras año. Su estrategia de vida, orientada al cuidado del entorno, utiliza el turismo como fuente de ingresos para permanecer en el territorio. Pero su actividad turística es, al mismo tiempo, regulada en función de sus necesidades y prioridades.

Caso 3: Gloria. Estrategia orientada a actividades personales significativas

Gloria (41 años) tiene un pie dentro y otro fuera de la cultura alpujarreña. Hija de emigrantes retornados, nació y creció en un barrio obrero de París, pero desde bebé tuvo conexión con el pueblo de sus padres en la Alpujarra Alta, lugar de veraneo de la

familia. A los 22 años decidió instalarse en la Taha con la intención de cumplir la promesa que se había hecho a sí misma de niña: restaurar el cortijo de su abuelo. Para Gloria, comprometida con los movimientos feministas y ecologistas, interesada en la autoconstrucción y la educación ambiental, el trabajo siempre ha sido una forma de subsistir para dar vida a sus otros proyectos:

"En mi cabeza siempre ha sido: vale, ahora es el trabajo económico, y le voy a sacar el máximo partido, tanto a nivel de aprender cosas como... Y luego está el trabajo del corazón, que es lo que a mí me nutre".

En la Taha ha desempeñado trabajos de albañilería, mantenimiento y agricultura. Aunque ha evitado los empleos que tradicionalmente se asignan a las mujeres rurales (atención a mayores o a niños, restauración, limpieza en hoteles), con el turismo ha hecho una excepción. En el 2007 le ofrecieron la posibilidad de gestionar una casa rural. Aceptó porque las condiciones eran buenas y la flexibilidad del trabajo le permitía compatibilizarlo con la crianza:

"Lo que me proponen en ese momento es una casa para doce personas, el mantenimiento de la casa, mantenimiento y limpieza. En este momento acabo de separarme y me viene súper bien tener una regularidad y un trabajo a donde puedo ir con mi niña, que tiene tres años, entonces es perfecto..."

Su forma de gestionar al equipo de trabajo (contaba con cuatro mujeres a su cargo) responde a una manera de entender las relaciones laborales donde el cuidado de las trabajadoras ocupa una posición central:

"Yo busco las limpiadoras y consigo que ellas estén mejor pagadas, para mí era clave, porque a este momento, cuando yo entro, les pagan nueve pavos la hora y cuando yo me voy estamos a 11,50. Eso ha permitido que tenga un pedazo de cuadrilla... Mujeres con quien puedo contar, que saben coger compromiso... y además es que les planteé: yo quiero que haya reunión de cuadrilla, que haya un espacio de sentires... porque si no, no sé qué palabra traigo de vosotras al jefe... Y funcionamos súper bien".

A los cinco años dejó el trabajo por otras propuestas laborales más interesantes para ella, enfocadas en la construcción. Hoy complementa sus trabajos en la obra, los portes y el mantenimiento con la gestión de una casa rural más pequeña, que le proporciona menos ingresos, pero también le exige menos esfuerzo. De forma paralela,

Gloria ha seguido involucrándose en distintos proyectos educativos y medio-ambientales:

"Este verano también me fui a un campamento con niños, itinerancia en barco, y durante diez días tenía seis niños como si fuesen míos en un barco, de isleta en isleta... Fue guapísimo".

Aunque el turismo no es un ámbito de trabajo que le interese, Gloria reconoce la utilidad de este en su estrategia de vida y manifiesta su intención de seguir en el sector mientras este le permita dedicarse a lo que de verdad le importa:

"A mí un proyecto turístico propio no me interesa, pero sí que voy a trabajar para turistas... Ahora es un trabajo que acaba de salirme y es con una empresa alemana que hace tours en bicicleta en Portugal, y buscaban chófer, y para ser chófer para ellos necesitas saber conducir furgonetas muy grandes, saber arreglar bicis y hacer picnic, y hablar varios idiomas, y hablo tres idiomas... ¡Y me pagan súper bien! Así que es como, sí, voy al turismo, pero porque con lo que gano en tres semanas allí, llego aquí y puedo estar tranquilamente con mi olivar, con mi viñedo, avanzando en casa, disfrutando de mi hija... Así compensa, sí..."

Caso 4: Lorrie. Estrategia orientada a la realización profesional a través del negocio

Lorrie, británica de 70 años, llegó a la Alpujarra en el 2003. Música de formación, durante buena parte de su vida laboral trabajó como directora de eventos culturales. El estrés del empleo y los ritmos urbanos, y su interés por explorar otras formas de vida la llevaron a California como voluntaria. Allí colaboró con una organización sin ánimo de lucro dedicada a realizar retiros de arte y crecimiento personal. Tras aquella experiencia decidió dejar su trabajo definitivamente, alquilar su casa de Londres y darse un tiempo para tomar un nuevo rumbo. Llevaba varios años visitando la Alpujarra por temporadas y buscaba casa para establecerse en la Taha. Su intención era vivir con los ingresos del alquiler de Londres y dedicarse a viajar, pero surgió la posibilidad de comprar una propiedad mayor y no lo dudó.

"I had no worry about buying a ruin rustic and converting it into this place. I thought yes, ok, I'll do that! (...) I felt in love with this place..."

Para Lorrie el proyecto de turismo debía tener un matiz diferente al de los negocios convencionales:

"I never saw myself cleaning bedrooms and washing up dishes, I never wanted to run a B&B here, partly because it is not profitable, also it's difficult to do on your own, it's a lot of work... I was always determined that I wanted to do something else. (...) I wanted people here were inspired by the nature, the beauty here, as I was".

Su experiencia previa como gestora cultural, la vivencia en California, la disposición de capital económico y su red social en el extranjero han sido los pilares sobre los que ha asentado su proyecto. La restauración de la casa primero, la consecución de las licencias y la gestión de los grupos después, han sido sus motores vitales durante estos años. En la actualidad ofrece retiros semanales de yoga, pintura y escritura a un público integrado mayoritariamente por ingleses, canadienses y estadounidenses. Durante las temporadas de actividad, el negocio genera al menos tres puestos de trabajo, además de los jornales puntuales de mantenimiento. Lorrie reconoce que ha habido momentos difíciles en el proceso, debidos sobre todo a las trabas y lentitud burocrática, y también a su falta de dominio del idioma y los códigos culturales locales, pero el proyecto turístico ha supuesto una motivación para ella y es algo de lo que se siente orgullosa.

En la actualidad, Lorrie está retirada y ha delegado la mayor parte de la gestión. Aunque en el 2023 hubo un *boom* en la demanda, decidió recortar la oferta de retiros para no verse desbordada: de 23 semanas de ocupación pasó a 13, y su intención es mantenerse en las 15. Por ahora, sus intereses se encaminan hacia la agricultura orgánica y el *rewilding*. Sin embargo, su negocio (un negocio con un enfoque particular, que nunca ha buscado el crecimiento económico *per se* sino la realización personal) ha sido el impulso motivacional de Lorrie en una época central de su vida.

Caso 5: Mónica. Estrategia orientada a la crianza

Mónica (37 años) ha nacido y crecido en la Alpujarra y, después de vivir en Granada, tiene claro que la vida en la montaña le ofrece mucho más que la de la ciudad. Graduada en magisterio y con buen dominio del inglés, ha trabajado en el sector turístico de forma discontinua desde el 2018. Actualmente es recepcionista de un hotel rural durante seis meses al año; además, desde hace algo más de un año

gestiona su propia casa rural. Su marido trabaja en una empresa local de construcción. Antes de su actual empleo y de la puesta en funcionamiento del propio negocio, Mónica compaginaba la limpieza de alojamientos rurales y domicilios privados con tareas agrícolas, trabajos de mantenimiento y contratos temporales como técnica municipal. Las redes familiares y sociales de las que dispone, además del patrimonio heredado (la casa reconvertida en alojamiento rural) han sido pilares claves sobre los que desarrollar su proyecto. Casada y madre de dos niños, su estrategia vital tiene una orientación eminentemente familiar. En ella ha primado la compaginación de la vida laboral y familiar y la búsqueda de un entorno propicio para la crianza.

"A mí me encanta, y sobre todo con niños es lo mejor... Yo vivía en Granada y en Motril, pero a mí me gusta el pueblo. Lo prefiero así, gastar mi tiempo libre en pasear con los niños con las bicis por aquí... (...) Yo aquí estoy muy bien y no me quiero ir..."

En su estrategia de vida, el trabajo turístico encaja bien por los horarios y la flexibilidad que supone, permitiéndole conciliar el cuidado de los niños con su marido:

"Es más sacrificado porque los fines de semana trabajas, yo solo tengo un fin de semana libre al mes, que nosotros estamos súper bien, pero es eso, cuando mi marido y los niños descansan del cole yo tengo que trabajar, pero si trabajo de noche durante el día estoy con ellos, estoy más cansada, pero los disfruto más... Y la conciliación con mi marido es mucho más fácil".

Cuando este no se ha adaptado a sus necesidades ha optado por otros empleos que le permitieran conciliar la vida familiar con más facilidad:

"El primer hotel lo dejé porque decidimos empezar a buscar el segundo niño. Entonces me propusieron trabajar en el estanco de dependienta, y allí me podía llevar por las tardes a mi niño cuando saliera del cole".

Aunque en determinadas circunstancias Mónica ha elegido empleos no turísticos para responder mejor a sus prioridades, el turismo es una actividad profesional que la satisface. Tanto es así que a día de hoy ha decidido dejar a un lado las oposiciones que estaba preparando y centrarse en su proyecto familiar:

"Ha llegado un momento, un nivel de estrés que hace que esté muy cansada este año, y me he pasado dos meses que estaba mal... (...) Y he tomado la decisión de que no me presento, estoy bien económicamente ahora mismo, estoy disfrutando

de mis niños, y si yo aprobara, ¿a dónde me mandan? Te pueden mandar a Huelva... (...) yo quiero seguir aquí y estoy muy contenta con mi vida".

Su anhelo es dejar de ser asalariada y vivir exclusivamente de su propio negocio turístico, una actividad que la estimula y que ve compatible con la vida que quiere llevar. Se considera afortunada y agradece la posibilidad de que sus hijos puedan crecer en una comunidad pequeña y en un entorno natural, cerca de sus redes sociales y familiares; participar de la actividad turística se lo facilita.

5. Discusión

Los resultados de nuestro estudio reflejan tanto la diversidad de experiencias de las mujeres rurales en relación con la actividad turística como la naturaleza profundamente versátil de esta, y muestran que el turismo de base local puede generar nuevos espacios de oportunidad para las mujeres, configurar nuevas fórmulas para habitar lo rural y ayudar así a mitigar la tendencia a la huida ilustrada apuntada por otros autores (Sampedro y Camarero, 2007).

Autores como Caballé (1999), Moller (2012) o Wilson-Youlden y Bosworth (2019) han señalado la diversidad de factores que influyen en las decisiones de las mujeres rurales a la hora de iniciar y gestionar una actividad turística más allá de lo puramente económico. En nuestro estudio vemos cómo el turismo se ha convertido para ellas en una herramienta para desarrollar estrategias vitales donde el establecimiento de vínculos significativos, el contacto con el entorno natural o la adopción de ritmos que favorezcan la crianza y el cuidado son prioritarios (Castelló y Hervás, 2014; Alario y Morales, 2016). Estos valores responden al nuevo modelo de regeneración rural fraguado en las últimas décadas, en el que la calidad de vida en sus diferentes dimensiones se ha convertido en el referente principal para cada vez más mujeres (Baylina, 2019; Nogué, 2016; Salamaña et al., 2016).

Las experiencias recogidas muestran que las estrategias de las mujeres rurales en relación con el turismo no son, por tanto, una mera adaptación a la cambiante economía (Little, 2002). Se trata de decisiones que responden a inquietudes y necesidades basadas también (y, a veces, sobre todo) en proyectos personales. Estos proyectos visibilizan realidades femeninas ligadas a nuevos modelos familiares, donde

los hogares monoparentales o unipersonales son frecuentes y dan cuenta de un nuevo diálogo entre mujeres y ruralidad.

Las mujeres de la Taha han elegido deliberadamente una menor dedicación laboral y han puesto en juego una organización de sus tiempos que busca ante todo el equilibrio entre distintas facetas de sus vidas (Cliff, 1998). Pero, obviamente, no todas se relacionan con el trabajo turístico desde la misma posición. Como señalan Cánoves y Villarino (2000), las variables de edad, formación y nivel económico contribuyen a explicar las distintas estrategias y resultados. Aunque un análisis detallado de estas variables excedería el objetivo de un estudio exploratorio como el nuestro, podemos apuntar algunos patrones que nos ayudan a entender la relación entre mujeres y turismo.

Así, las mujeres por encima de los 60 años muestran una base familiar y financiera más estable y un mayor control sobre sus recursos y su actividad, mientras que las que pertenecen a la generación soporte están sujetas a mayores cambios e incertidumbres, por lo que sus maneras de usar el turismo resultan más intermitentes y, en ocasiones, menos satisfactorias. En la Taha, además, el lugar de procedencia influye en los recursos y el capital social que cada mujer pone en juego en su incorporación al turismo. El capital cultural y social de las mujeres foráneas (varios idiomas, red social internacional, etc.) facilita su entrada al mercado turístico desde un lugar de mayor autonomía y, por tanto, más libertad de elección. Para las mujeres locales, sin embargo, las redes locales de apoyo y el patrimonio familiar (vivienda, tierras) son los recursos que les otorgan más libertad en la toma de decisiones sobre su actividad, alternándola con otros empleos, dosificándola en función de sus prioridades o desarrollando un negocio propio. Asimismo, la posibilidad de cursar estudios fuera del pueblo determina sus posibilidades para optar a ocupaciones turísticas más cualificadas y con mejores condiciones laborales.

En contextos rurales altamente heterogéneos como el que aquí presentamos, permeados por las formas que adopta la nueva ruralidad, considerar estas variables resulta fundamental para asegurarnos una adecuada comprensión del papel que desempeña el turismo en las decisiones de las mujeres y de cómo este puede contribuir efectivamente al arraigo femenino.

El turismo es, pues, usado tanto por mujeres autóctonas que quieren permanecer en su tierra como por aquellas que, procedentes de otros contextos geográficos y culturales, desean establecerse en un entorno rural por primera vez. Ambas circunstancias resultan capitales ante la crisis demográfica rural y el arraigo de

las mujeres. En el proceso de fijación de población femenina, los movimientos neorrurales y de *amenity migrants* (Nogué, 1988; Glorioso y Moss, 2007) juegan un papel central en la reconfiguración del espacio y la sociedad local (Rivera, 2009; Michele et al., 2023). En nuestro caso, una parte de las mujeres que habitan el territorio manteniendo una actividad turística responden a este perfil. Su ejemplo ha tenido repercusiones importantes en el imaginario y la agencia de las mujeres locales gracias al "efecto demostración" (Hervás et al., 2016), reconfigurando y diversificando el lugar que ocupa la mujer en el mundo rural.

6. Conclusiones

Tradicionalmente, el mundo rural ha sido un contexto limitante para las mujeres, que se han visto impulsadas a emigrar por falta de opciones personales y profesionales satisfactorias (De la Fuente, 1987; García-Pina et al., 2020). Nuestro estudio muestra, no obstante, en línea con lo planteado por Baylina (2019), Baylina et al. (2017), y Fernández (2022), que determinados territorios rurales son hoy lugares atractivos para distintos perfiles de mujeres que están "regresando" al campo. Los cambios experimentados por el espacio rural a partir de la etapa posproductivista han puesto de manifiesto su dinamismo y su extrema heterogeneidad, abriendo nuevas posibilidades para las mujeres (Baylina y Salamaña, 2006).

En esta realidad, el turismo parece configurarse como un elemento estratégico, estrechamente vinculado a las transformaciones socioeconómicas y a las trayectorias vitales de las mujeres. Nuestros resultados indican que es importante ampliar la perspectiva analítica sobre este tema: las mujeres no son exclusivamente una herramienta del sector turístico rural, sino que el turismo es también una herramienta a disposición de las mujeres para habitar lo rural de distintas maneras.

Esta perspectiva nos permite visibilizar su capacidad de agencia y su habilidad de maniobra frente a restricciones estructurales y contextuales (Brandth, 2002). Los resultados de la Taha muestran que el turismo de base local, en determinados contextos, puede abrir espacios de oportunidad para las mujeres y ayudarles a construir proyectos de vida con sentido. Por otro lado, atender a las estrategias de vida de las mujeres rurales supone también poner en valor sus motivaciones, a menudo invisibilizadas por los modelos de éxito capitalistas más convencionales (Ahl, 2006).

Además, recoger la diversidad de perfiles femeninos que hoy habitan lo rural permite dar cuenta de la compleja y rica ruralidad actual (Salamaña et al., 2016). Este estudio visibiliza realidades femeninas muy heterogéneas, no necesariamente ligadas al modelo tradicional que hasta hace poco estructuraba la participación de las mujeres rurales en el ámbito turístico. Estas no pueden entenderse sin abordar las nuevas necesidades y representaciones que permean las prácticas de las mujeres (Martínez-Vérez et al., 2025). Comprenderlas resulta fundamental para entender cómo ellas se vinculan al turismo. Nos permite también conocer mejor la propia naturaleza del turismo de base local en contextos de montaña, sus limitaciones y su capacidad para dar respuesta a necesidades y situaciones vitales diversas.

En cualquier caso, la relación entre mujeres y turismo rural no está exenta de sombras y ambivalencias, por lo que, de cara a futuras investigaciones, consideramos importante seguir profundizando en cómo estas inciden sobre su calidad de vida a largo plazo. Para ello, sería preciso: i) profundizar en el impacto que distintas variables socio-económicas (educación, origen, clase social, edad) tienen sobre la desigual relación de las mujeres con la actividad turística, y sobre su rol dentro de los territorios rurales, algo que aquí solo hemos apuntado de forma exploratoria; y ii) atender a la evolución del papel del turismo dentro de los procesos de nuevas ruralidades protagonizados por las mujeres. Nuestra investigación, basada en un estudio de caso exploratorio, tiene limitaciones geográficas y demográficas que han de ser consideradas a la hora de extrapolar los resultados a otros contextos. Sin embargo, la aproximación micro desde una perspectiva etnográfica nos permite captar elementos esenciales de los procesos y dinámicas entre mujeres rurales y turismo que pueden resultar estratégicos para pensar esa relación desde una perspectiva más amplia. Hay sin duda un amplio camino por recorrer y nuestra investigación invita a incorporar nuevos matices que pueden enriquecer el debate sobre mujeres, turismo y crisis rural.

7. Financiación

Esta investigación se ha realizado en el marco del proyecto "Turismo de base local y crisis rural" financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2021-123158OB-I00).

8. Agradecimiento

Queremos dar las gracias a las mujeres de la Taha por su confianza, su tiempo y la información que generosamente han compartido con nosotros.

9. Referencias

- Abellán, N., Izcara, C., y Salvador, M. (2020). Feminización del empleo turístico y precariedad laboral. *Revista Turismo: Estudos e Praticas. Dossiê temático 2: Seminário Virtual Perspectivas Críticas sobre o Trabalho no Turismo*, (9), 1-13. Recuperado de: <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/662/632>
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- Alario, M. (2014). Mujeres y turismo en Castilla y León. En M. I. Hervás (Coord.), *Entre noche y día no hay pared: mujeres en el medio rural* (pp. 71-91). Red Aragonesa de Desarrollo Rural.
- Alario, M., y 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. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.369>
- Baylina, M. (2019). La mujer como eje vertebrador de la nueva ruralidad. Un estado de la cuestión. En E. Cejudo, y F. Navarro (Eds.), *Despoblación y transformaciones sociodemográficas de los territorios rurales: los casos de España, Italia y Francia. Perspectives on Rural Development* (pp. 153-176). Università del Salento. Recuperado de: <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/prd/article/viewFile/21522/18251>
- Baylina, M., y Salamaña, I. (2006). El lugar del género en la Geografía Rural. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (41), 99-112. Recuperado de: <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1993>
- Baylina, M., García, M. D., Porto, A. M., Rodó-de-Zárate, M., Salamaña, I., y Villarino, M. (2015). Género, trabajo y sostenibilidad de la vida en el medio rural. En J. De La Riva, P. Ibarra, R. Montorio, y M. Rodrigues (Eds.), *Análisis espacial y representación geográfica: innovación y aplicación* (pp. 1929-1936). Universidad de Zaragoza. Recuperado de: <https://ddd.uab.cat/record/302006>

- Baylina, M., García, M. D., Porto, A. M., Rodó-de-Zárate, M., Salamaña, I., y Villarino, M. (2017). Work-life balance of professional women in rural Spain. *Gender, Place, and Culture*, (24), 72-84. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2016.1249345>
- Bianchi, M., Caputo, M. L., Lo Cascio, M., y Baglioni, S. (2023). Migrants in the economy of european rural and mountain areas. A cross-national investigation of their economic integration. *Journal of Rural Studies*, (99), 62-70. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.02.010>
- Bertuglia, A., Sayadi, S., Parra, C., y Guarino, A. (2013). El asentamiento de los neorrurales extranjeros en la Alpujarra Granadina: un análisis desde su perspectiva. *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (15), 39-73. DOI: 10.4422/ager.2012.04
- Bock, B. B. (2004). Fitting in and multi-tasking: dutch farm women's strategies in rural entrepreneurship. *Sociologia Ruralis*, (44), 245-260. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00274.x>
- Brandth, B. (2002). Gender identity in european family farming: a literature review. *Sociologia Ruralis*, 42(3), 181-200. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00210>
- Caballé, A. (1999). Farm tourism in Spain: a gender perspective, *Geo Journal*, 48(3), 245-252. <https://doi.org/10.1023/A:1007044128883>
- Camarero, L., Sampedro, M. R., y Mazariegos, V. J. (1991). *Mujer y Ruralidad en España. El Circulo Quebrado*. Instituto de la Mujer.
- Camarero, L., Castellanos, M. L., García, I., y Sampedro, M. R. (2006). *El trabajo desvelado. Trayectorias ocupacionales de las mujeres rurales en España*. Instituto de la Mujer.
- Camarero, L., y Sampedro, M. R. (2008). ¿Por qué se van las mujeres? El continuum de movilidad como hipótesis explicativa de la masculinización rural. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)*, 124(1), 73-105. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.124.73>
- Cánoves, G., y Villarino, M. (2000). Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, (37), 51-77. Recuperado de: <https://ddd.uab.cat/pub/dag/02121573n37/02121573n37p51.pdf>
- Carlsen, J., Morrison, A., Weber, P. (2008). Lifestyle oriented small tourism firms. *Tourism Recreation Research*, 33(3), 255-263. <https://doi.org/10.1080/02508281.2008.11081549>
- Carney, D. (1998). Implementating the sustainable rural livelihoods approach. In D. Carney (Ed.), *Sustainable Rural Livelihoods. What Contribution Can We Make?* (pp. 3-23). Russel Press Limited.
- Carter N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., y Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00078-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00078-2)

- Carranza, E., Dhakal, C., y Love, I. (2018). Female entrepreneurs: how and why are they different? *Jobs Working Paper Issue*, (20). World Bank Group. Recuperado de: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/400121542883319809/pdf/Female-Entrepreneurs-How-and-Why-are-They-Different.pdf>
- Castelló, A., y Hervás, M. I. (2014). Emprendedoras en el medio rural. La visualización de la multifuncionalidad del territorio. En M. I. Hervás (Coord.), *Entre noche y día no hay pared: mujeres en el medio rural* (pp. 91-116). Red Aragonesa de Desarrollo.
- Chambers, R., y Conway, G. R. (1992). Sustainable rural livelihoods: practical concepts for the 21st century. *IDS Discussion Paper*, (296). Recuperado de: <https://www.ids.ac.uk/download.php?file=files/Dp296.pdf>
- Cliff J. E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender and business size. *Journal of Business Venturing*, (13), 523-542. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00071-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00071-2)
- Cruz, E., Marín, A. I., y Velázquez, A. (2023). La subordinación de las mujeres en el turismo rural: una revisión de estudios de caso. *Asparkia*, (42), 289-309. Recuperado de: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/6588?articlesBySimilarityPage=53>
- De la Fuente, G. (1987). Las jóvenes rurales en la encrucijada del cambio. El caso castellano. *Agricultura y sociedad*, (42), 47-72. Recuperado de: https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_ays/a042_02.pdf
- De Martino R., y Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815-832. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00003-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00003-X)
- 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 sociología*, (75), 63-84. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v75n0.1016>
- Díaz-Méndez, C. (2010). ¿Hay un lugar para las mujeres jóvenes en el medio rural? Sus estrategias de inserción social y laboral en el medio rural español. *Estudios agrarios*, 16(43), 47-70. Recuperado de: https://www.pa.gob.mx/publica/rev_43/análisis/Cecilia%20Díaz.pdf
- Egea, P. (2021). De la ciudad al campo: un análisis del neorruralismo en España con enfoque de género. *Revista Iberoamericana de Gobierno Local*, (20). Recuperado de: <https://revista.cigob.net/20-diciembre-2021/articulos/de-la-ciudad-al-campo-un-analisis-del-neorruralismo-en-espana-con-enfoque-de-genero/>
- Fernández, O. (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., y De la O Barroso, M. (2011). Women in rural tourism: a gender analysis of a Natural Park in north-western Andalusia, Spain (Sierra de Aracena and Picos de Aroche). *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and*

- Rural Development Studies*), (10), 39-69. Recuperado de: http://ruralager.org/wp-content/uploads/Ager-10_02.pdf
- García-Pina, C., Solano, M. C., y Riquelme, P. J. (2020). Las mujeres como agentes para la cohesión territorial de los destinos turísticos rurales. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, (6), 271-293. <https://doi.org/10.7203/terra.6.16708>
- García-Ramón, M. D., Cánoves-Valiente, G., Salamaña, I., Valdovinos, N., y Villarino Pérez, M. (1995). Trabajo de la mujer, turismo rural y percepción del entorno. *Agricultura y Sociedad*, (75), 115-152. Recuperado de: https://www.mapama.gob.es/app/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_ays%2Fa075_03.pdf
- Gascón, J., Cañada, E., y Milano, C. (2021). Anthropological insights on rural tourism: strengthening the debate between rural and tourist studies. *International Journal of Tourism Anthropology*, 8(4), 279-283.
- Glorioso R., y Moss, L. (2007). Amenity migration to mountain regions: Current knowledge and a strategic construct for sustainable management. *Social Change*, 37(1), 137-161. <https://doi.org/10.1177/004908570703700108>
- González-Portillo, A., y Ruiz-Ballesteros, E. (2024). Explorando el devenir rural: del desarrollo turístico a la economía de los cuidados. *Gazeta de Antropología*, 40(2), art 03. Recuperado de: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=5924>
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Norma.
- Halfacree, K. (2006). From dropping out to leading on? British countercultural back-to-the-land in a changing rurality. *Progress in Human Geography*, (30), 309-336. <https://doi.org/10.1191/0309132506ph609oa>
- Hammersley, M., y Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Paidós.
- Hernández-Navarro, M. L. (2014). Perspectivas sobre el papel de las mujeres en el desarrollo local. En M. I. Hervás (Coord.), *Entre noche y día no hay pared: mujeres en el medio rural* (pp. 49-67). Red Aragonesa de Desarrollo Rural.
- Hernández-Navarro, M. L., Serrano-Andrés, A., y Méndez-Sánchez, J. (2020). Propuesta metodológica para valorar la integración de las mujeres en el medio rural. Ensayo en Aragón (España). *AGER: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (29), 131-175. DOI: 10.4422/ager.2020.06
- Hervás, M., Frutos, L. M., y Hernández M. L. (2016). Nuevas ruralidades: emprendedoras en turismo rural en el Pirineo aragonés. En A. R. Ruiz, (coord.), *Treinta años de Política Agraria Común* (pp. 712-724). Grupo de Geografía Rural. Recuperado de: <https://www.age-geografia.es/site/wp-content/uploads/2020/01/Dialnet-TreintaAnosDePoliticaAgrariaComunEnEspana-660685.pdf>
- Leibert, T. (2015). She leaves, he stays? Sex-selective migration in Rural East-Germany. *Journal of Rural Studies*, (43), 267-279. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.06.004>

- Little, J. (1991). Theoretical issues of women's non-agricultural employment in rural areas, with illustrations from the U.K., *Journal of Rural Studies*, 7(1-2), 99-105.
[https://doi.org/10.1016/0743-0167\(91\)90048-W](https://doi.org/10.1016/0743-0167(91)90048-W)
- Little, J. (2002). *Gender and Rural Geography: Identity, Sexuality and Power in the Countryside*. Prentice Hall.
- Martínez-Vérez, V., Gil-Ruiz, P., Montero-Seoane, A., y Cruz-Souza, F. (2025). Rural depopulation in Spain from a gender perspective: analysis and strategies for sustainability and territorial revitalization. *Sustainability*, 17(7), 3027. <https://doi.org/10.3390/su17073027>
- Michele, B., Luisa, C. M., Martina, L. C., y Simone, B. (2023). Migrants in the economy of european rural and mountain areas. A cross-national investigation of their economic integration. *Journal of Rural Studies*, (99), 62-70. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.02.010>
- Moller, C. (2012). Gendered entrepreneurship in rural Latvia: exploring femininities, work and livelihood within rural tourism. *Journal of Baltic Studies*, 43(1), 75-94.
<https://doi.org/10.1080/01629778.2011.634103>.
- Morales, A. M., Fernández, C., y Díaz, F. M. (2016). Roles de género en turismo rural: ¿cambio o permanencia? XIX Congreso AECIT. Tiempos de cambios en el turismo. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/326176877_ROLES_DE_GENERO_EN_TURISMO_RURAL_CAMBIO_O_PERMANENCIA
- Nilsson, P. Å. (2002). Staying on farms an ideological background. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 7-24. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00081-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00081-5)
- Nogué, J. (1988). El fenómeno neorrural. *Agricultura y sociedad*, (47), 145-175. Recuperado de:
https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_ays/a047_06.pdf
- Nogué, J. (2016). Rediscovering place: new ruralities, new landscapes and a paradigm shift. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 489-502. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.373>
- Nordbø, I. (2022). Female entrepreneurs and path-dependency in rural tourism. *Journal of Rural Studies*, (96), 198-206. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.09.032>
- Observatorio de Turismo Rural (2020). *Informes OTR 2020: Celebración del Día Mundial de la Mujer Rural*. Recuperado de: https://www.escapadarural.com/blog/dia-mundial-de-la-mujer-rural/#toc_Datos_del_Observatorio_del_Turismo_Rural_2020
- Oldrup, H. (1999). Women working off the farm: reconstructing gender identity in Danish agriculture. *Sociologia Ruralis*, 39(3), 343-358. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00112>
- O'Hara, P. (1998). *Partners in production? Women, farm and family in Ireland*. Berghahn Books.
- Pettersson, K., y Heldt Cassel, S. (2015). Performing Gender and Rurality in Swedish Farm Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and tourism*, 15(1-2), 138-15.
<https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1005333>

- Porcal-Gonzalo, M. C. (2025). Despoblación, envejecimiento y masculinización en Álava (España): una reflexión a partir del análisis de las evidencias empíricas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (103). <https://doi.org/10.21138/bage.3591>
- Rivera, M. J. (2009). La neorruralidad y sus significados. El caso de Navarra. *Revista internacional de Sociología*, 67(2), 413-433. <https://doi.org/10.3989/ris.2008.05.11>
- Ruiz-Ballesteros, E. (ed.) (2021). *Turismo de base local. Resiliencia, alternativa socioambiental y comunidad*. Icaria.
- Ruiz-Ballesteros, E., y Gálvez-García, C. (2014). Community, common-pool resources and socio-ecological systems: Water management and community building in southern Spain. *Human Ecology*, 42(6), 847-856. <https://doi.org/10.1007/s10745-014-9705-1>
- Salamaña, I., Baylina, M., García-Ramón M. D, Porto, A. M., y Villarino, M. (2016) Dones, trajectòries de vida i noves ruralitats, *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 661-681. Recuperado de: <https://raco.cat/index.php/DocumentsAnalisi/article/view/313777>
- Sampedro, M. R. (2022). Género y repoblación rural. Mujeres autóctonas e inmigrantes en la España interior. *Mediterráneo económico*, (35), 181-197. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8402900>
- Sampedro, M. R., y 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>
- Soronellas, M., Bodoque, Y., y Torrens, R. (2013). Las mujeres extranjeras en las nuevas ruralidades, *Gazeta de Antropología*, (29), <https://doi.org/10.30827/Digibug.28500>
- Vargas, R. L., y Rivas, J. J. N. (2019). Envejecimiento y masculinización de la población rural andaluza. *Perspectives on rural development*, (3), 121-152. <https://doi.org/10.1285/l26113775N3P121>
- Vercher, N., Escribano, J., y Valero, D. E. (2019). Models de vida femenins en el medi rural. Un cas d'estudi a la Sierra del Segura (Albacete). *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 65(1), 139-161. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.449>
- Wilson-Youlden, L., & Bosworth, G. R. F. (2019). Women entrepreneurs and the survival of family farms in North East England. *The Journal of Rural and Community Development*, 14(3), 126-145. Recuperado de: <https://journals.brandonu.ca/jrcd/article/view/1626/384>.

Contribuciones de los autores

	María Cristina Gálvez García	Esteban Ruiz-Ballesteros
Conceptualización	60 %	40 %
Tratamiento de datos	0 %	0 %
Análisis formal	100 %	0 %
Acceso a financiación	0 %	100 %
Investigación	100 %	0 %
Metodología	50 %	50 %
Gestión del proyecto	0 %	100 %
Recursos	0 %	0 %
Software	0 %	0 %
Supervisión	0 %	100 %
Validación	0 %	0 %
Visualización	100 %	0 %
Redacción (borrador)	80 %	20 %
Redacción (revisión y edición)	50 %	50 %

Para más información, ir a CRediT: <https://casrai.org/credit/>

Extended abstract

1. Introduction

The masculinization of rural areas has been a recurring concern in rurality research over the past few decades. It mainly affects municipalities in deeply rural areas (with fewer than 1,000 inhabitants) and jeopardizes their demographic and social sustainability. The reasons for this selective out-migration are largely linked to the lack of employment and life chances that meet women's expectations.

Over the last few decades, rural tourism has been promoted as a strategy to supplement household incomes and fix the female population to the territory, fostering women's autonomy and visibility while also confronting them with new challenges. Today, women play a leading role in the sector: according to data from the Rural Tourism Observatory in Spain, in 2020, 58.2% of tourism businesses were led by women. Nevertheless, there is still a lack of in-depth studies on how tourism integrates into women's life choices and whether it effectively improves their living conditions.

The diversity of women's experiences in today's rural areas—shaped by new values and socio-spatial practices—demands a perspective that captures these nuances. Consequently, the relation between women and tourism must be addressed within the framework of emerging ruralities and the counter-movement of arrival or return among women observed in recent decades (Soronellas et al., 2013).

This article aims to analyze the role of tourism in the livelihood strategies of diverse profiles of women living in rural settings, their motivations for choosing it as a professional activity, and how they utilize it.

2. Methodology

To this end, a case study has been selected from a rural area located in a mountainous region: the municipality of La Taha (population 789) in the Alpujarra region of Granada. La Taha is a peripheral but globalized area, where neorurals and

amenity migrants constitute 20% of the population. Tourism plays a significant role as an integral part of the pluriactivity that characterizes rural economies. There is a wide variety of profiles among female entrepreneurs and salaried employees in the sector. The municipality's tourism activity follows a community-based model driven by small-scale, homegrown management aimed at the reproduction of the domestic group.

The research adopted an ethnographic approach, combining participant observation within the municipality with 21 semi-structured interviews. These interviews were conducted with women working in the local and regional tourism sectors, as well as key informants, including municipal tourism officials, the Local Development Group, and social workers. The interviewees were selected through purposive and snowball sampling until theoretical saturation was reached. Fieldwork was conducted between July 2024 and February 2025.

Data analysis was performed using the categories of livelihood strategies proposed by Moller (2012) in relation to tourism: a) survival strategies, b) place-oriented strategies, c) meaningful activities-oriented strategies, d) professional-oriented strategies and, e) family-oriented strategies. An initial analysis allowed us to outline a general overview of the relationship between women residing in the municipality and tourism activity. In the second phase, we selected five representative cases from all the interviewees to illustrate each of the aforementioned categories in depth.

3. Results and discussion

The findings reveal that, for various groups of rural women, tourism has become a form of "strategic attachment" to the local area. The livelihood strategies developed by the interviewees prioritize values linked to lifestyle, where child-rearing time, closeness to nature, and personal fulfillment through meaningful professional activities play a central role. Within these strategies, community-based tourism emerges as a versatile and useful tool for creating new opportunities and alternative ways of living in rural areas. The experiences gathered show that rural women's tourism strategies are not merely a reaction to a changing economy (Little, 2002); rather, they respond to concerns and needs driven primarily—and at times, exclusively—by personal life projects. These projects highlight women's lived experiences linked to contemporary family models—where single-parent or single-

person households are increasingly prevalent—thereby reflecting a new dialogue between women and rural life.

However, various factors influence how different groups of women integrate into and experience tourism activity, including age, place of origin, and social capital. Foreign women leverage their cultural capital (languages, international networks) to enter the labor market with greater autonomy, while local women rely on inherited assets and family support networks to balance or alternate their diverse economic activities. On the other hand, women over 60 demonstrate greater financial stability and control over their businesses, whereas those belonging to the generation between 30 and 50 experience heightened uncertainty and more intermittent engagement with tourism.

Tourism presents itself as an attractive employment option both for local women who wish to remain in their communities and for outsiders—often from urban backgrounds—seeking to settle in rural areas. Both scenarios are significant in addressing the rural demographic crisis, promoting either population retention or rural resettlement.

4. Conclusions

Today, many rural areas are no longer places of personal and professional constraint for women; instead, they have emerged as enabling environments in which to build meaningful lives. In these settings, tourism serves as a tool that women mobilize and reshape according to their interests and priorities. It is therefore crucial to change the analytical perspective, recognizing that women are not merely a resource for the tourism sector; rather, they actively leverage tourism as a means to inhabit and sustain rural areas.

This study highlights women's agency and their motivations when working in or managing tourism businesses, thereby challenging traditional capitalist indicators of success. This reveals a complex and heterogeneous rural landscape where very different profiles of women coexist, alongside emerging needs, representations, and female socio-spatial practices.

Lastly, this study suggests a paradigm shift in the demographic dynamics of specific deep rural settings. Here, the 'educated flight' (Camarero et al., 2006) is giving

way to 'strategic attachment,' directly impacting the mitigation of the territories' endemic masculinization.

5. *Future directions*

Future research should examine in greater depth the impact that various socioeconomic variables (education, background, social class, age) have on women's unequal relationship with tourism and their respective role within rural areas—an issue we have only touched upon here in an exploratory manner. Furthermore, futures research must analyze how the role of tourism is evolving within contemporary, women-led rural development processes.