

VI Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia, 2007.

Mujeres Campesinas y Turismo Rural.

Pablo Szmulewicz, Norma Mansilla y Cecilia Gutiérrez.

Cita:

Pablo Szmulewicz, Norma Mansilla y Cecilia Gutiérrez (2007). *Mujeres Campesinas y Turismo Rural*. VI Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/vi.congreso.chileno.de.antropologia/175>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eCzH/pow>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Mujeres Campesinas y Turismo Rural

Pablo Szmulewicz, Norma Mansilla y Cecilia Gutiérrez*

Resumen

Hoy, el medio rural no vive sólo de la agricultura y con la actual diversificación de actividades se están abriendo nuevas oportunidades para las mujeres que ya no desempeñan roles complementarios a los del hombre sino papeles principales, pues muchas de las nuevas actividades suponen la rentabilización de «saberes» que siempre han estado en la memoria de las mujeres (Chulvi, 2.000).

Un estudio denominado «Women's employment in the tourist sector» llevado a cabo en Grecia señala que la mayoría de las mujeres que trabaja en turismo realizan dos o tres trabajos: en la agricultura, en turismo y a menudo en negocio familiares, esto sumado a sus roles como madre y esposa. Aunque ellas señalan sentirse a gusto con lo que hacen, señalan que este ritmo de trabajo lo pueden llevar solo hasta cierta edad y que el desarrollo del turismo no ha ayudado (al menos no como se podría suponer) a la igualdad en las relaciones de empleo entre hombre y mujer, pues todavía existen desigualdades en sueldos, ascensos de cargos, etc. (Kassimati, et al 1994).

Dedicarse al agroturismo no es una decisión fortuita. Según un estudio de Caballé y Rivera, (1996), se determinó que las motivaciones que llevan a las mujeres a trabajar en la actividad agroturística se pueden clasificar en tres tipologías: las razones financieras, las sociales y las personales. Una vez que las necesidades financieras están satisfechas, pueden aparecer las motivaciones sociales y de estatus y sólo una vez que las necesidades financieras y de estatus están satisfechas aparecen las razones personales y de autosatisfacción como una motivación del trabajo.

La investigación se concentra en las mujeres que dirigen negocios de turismo rural, socias de organizaciones agroturísticas del Sur de Chile. El estudio tiene como objetivo determinar la percepción que tienen las mujeres rurales acerca de los cambios que ha significado para su vida la dedicación a una nueva actividad productiva: turismo rural. Los instrumentos utilizados son: panel de expertos, entrevistas a informantes claves, cuestionarios a mujeres emprendedoras y grupos de discusión en las organizaciones.

Las mujeres en un importante porcentaje son propietarias, tienen un promedio de 3,3 hijos de los que la ma-

yoría son adultos, están motivadas por razones económicas, dentro de las empresas sus principales labores son: elaboración de comidas y atención de turistas. Las habilidades y actitudes presentes en estas mujeres que dirigen empresas de turismo rural son: disposición de servicio, compromiso, motivación y responsabilidad y valoración del medio rural y la cultura local. Las mayores carencias o debilidades se encuentran en el bajo nivel de autonomía, la baja capacidad de negociación, la escasa autoconfianza y disposición a enfrentar riesgos y la falta de preparación en gestión de empresas. El 95% son apoyadas por su familia, son empresas familiares, han logrado más autoconfianza y reconocimiento familiar, han participado en capacitaciones.

Palabras Claves: campesinado, mujeres rurales, turismo rural, cambios en la mujer rural, agroturismo.

1.- Fundamentación

1.1.- Turismo rural en Chile

El turismo rural, en Chile, se inicia decididamente a partir de fines de la década de los ochenta y principio de los noventa, con la creación de una oferta de hospedajes rurales en las riberas del lago Llanquihue (Frutillar, Llanquihue, Puerto Varas y Puerto Octay) (Szmulewicz, 1997). Estas empresas, son administradas familiarmente por la esposa del propietario del predio agroganadero y cuentan con un pequeño número de empleados, pobladores rurales del área, que actúan como ayudantes en las tareas domésticas. La mayoría de estas empleadas, son mujeres jóvenes sin formación profesional o técnica y que tampoco han recibido capacitación en el rubro (Lerdón, Oyarzún y Szmulewicz, 1997).

A partir de los trabajos desarrollados por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), a través de las llamadas Mesas de Agroturismo, se ha logrado contar con un balance del estado actual de esta innovadora actividad productiva, donde se detecta la necesidad, como una de las prioridades, de fortalecer las capacidades emprendedoras y asociativas de los responsables de las iniciativas de agroturismo.

* Universidad Austral de Chile, Instituto de Turismo. Teléfono: 63-221544, E-mail: pszmulew@uach.cl

Fortalezas y Debilidades del Agroturismo en Chile

Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aumento en el interés por el agroturismo y el turismo rural (oferta y demanda). ➤ Posicionamiento del turismo rural: se habla y se escribe sobre el tema. ➤ Incremento de visitantes a parques y reservas naturales. ➤ Existencia de áreas con gran potencial de desarrollo. ➤ Participación institucional, instrumentos de financiamiento, alianzas estratégicas. ➤ Existencia de un importante número de proyectos en operación. ➤ Actitud receptiva de las comunidades frente al turismo. ➤ Interés por parte del Estado en fomentar la asociatividad de las iniciativas agroturísticas.
Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pocas organizaciones regionales de agroturismo. ➤ Falta potenciar el rol del municipio en áreas de potencial turístico rural. ➤ Falta capacitación de funcionarios públicos y de agricultores. ➤ Falta de una instancia de coordinación y de apoyo al turismo rural y al agroturismo. ➤ Marcada estacionalidad de la actividad. ➤ Falta de fortalecimiento organizacional a las agrupaciones agroturísticas. ➤ Falta de investigación sobre el tema de la comercialización de los productos y/o servicios.

Fuente y elaboración: FIA, 1999

El rápido y espontáneo crecimiento del Turismo Rural, especialmente en el sur de Chile, como actividad productiva complementaria de los rubros tradicionales del medio rural, responde a los cambios en las tendencias de la demanda turística orientadas en forma importante hacia formas de turismo más cercanas a la naturaleza.

El Turismo Rural se presenta como una nueva opción productiva y de diversificación de la oferta del agro; donde especialmente las mujeres tienen mayores posibilidades de incorporarse a estas nuevas iniciativas, como una forma de desarrollar las capacidades emprendedoras y de trabajo en equipo para abordar este nuevo agronegocio.

1.2.- Mujeres rurales

Hoy, el medio rural no vive sólo de la agricultura y con la actual diversificación de actividades se están abriendo nuevas oportunidades para las mujeres que ya no desempeñan roles complementarios a los del hombre sino papeles principales, pues muchas de las nuevas actividades suponen la rentabilización de «saberes» que siempre han estado en la memoria de las mujeres (Chulvi, 2.000).

Hoy día, después de casi 30 años de la Declaración del Año Mundial de la Mujer, en 1975, continúa la preocupación a nivel mundial por la incorporación de la mujer rural al desarrollo, debido a que, si bien ha habido avances en la investigación y en las acciones hacia la mujer, aún las cifras muestran fuertes desigualdades económicas entre hombres y mujeres del campo. La participación de mujeres en los programas y proyectos de desarrollo rural y agrario es escasa, y aún no se han conseguido las condiciones necesarias para que las mujeres sean realmente beneficiarias del desarrollo (Campaña, 1992).

Un estudio denominado «Women's employment in the tourist sector» llevado a cabo en Grecia señala que la mayoría de las mujeres que trabaja en turismo realizan dos o tres trabajos: en la agricultura, en turismo y a menudo en negocio familiares, esto sumado a sus roles como madre y esposa. Aunque ellas señalan sentirse a gusto con lo que hacen, señalan que este ritmo de trabajo lo pueden llevar solo hasta cierta edad y que el desarrollo del turismo no ha ayudado (al menos no como se podría suponer) a la igualdad en las relaciones de empleo entre hombre y mujer, pues todavía existen desigualdades en sueldos, ascensos de cargos, etc. (Kassimati, et al., 1994).

Aunque el trabajo de la mujer suele tener un «carácter complementario», su presencia y su labor sirven para consolidar el tejido social que sostiene a su familia y a su explotación. En efecto, dinamizan muchas otras actividades, tales como, el turismo rural o la venta directa de los productos de la granja. También se encargan de los servicios conexos como, los transportes locales o las ayudas a domicilio, servicios que les permite mantener una puerta abierta hacia el exterior (Comisión Económica Europea, 2002).

En Chile existe un 16,5% de población rural, lo que corresponde a 2,2 millones de habitantes. De ese total, un 53,8% son hombres y un 46% es población femenina, es decir, un millón 20 mil mujeres.

En relación al nivel de escolaridad las mujeres rurales presentan un promedio de 6,5 años de estudios, en comparación con los 10 años en promedio de la mujer urbana (CEPAL, 1998).

El análisis de la distribución de la PEA en la agricultura, por sexo, muestra que la participación de las mujeres, se ha prácticamente duplicado desde 1989 a 1998, mientras que la participación masculina no ha experimentado cambios significativos. La inserción masiva de

la fuerza de trabajo femenina a la agricultura se debe a la industrialización de la producción agraria en Chile (CEPAL, 1998).

El trabajo de la mujer rural se describe frecuentemente como «invisible». Sus áreas de trabajo se mezclan, por lo tanto, ni el hombre ni la mujer contabilizan el número de horas de trabajo femenino diario en el campo. Muchas veces las actividades propias femeninas no son valoradas por los hombres y al mismo tiempo ellas son marginadas de los espacios masculinos. Esto tiene como consecuencia que la mujer dice de sí misma que no trabaja. Esto se demuestra en las cifras de la Encuesta CASEN (1998), donde aparece la mujer rural, con una tasa de desocupación del 13%, casi el doble de la tasa de los hombres rurales, que es un 7,3% (CEPAL, 1998).

Otro aspecto importante a tener en cuenta es la situación de desigualdad jurídica entre hombres y mujeres en relación a la administración de bienes. Teniendo en cuenta que la gran mayoría de las mujeres rurales está casada bajo el régimen de sociedad conyugal y que en este caso el hombre es considerado por la ley como el único administrador de los bienes, las mujeres se ven restringidas en sus posibilidades de realizar cualquier tipo de actividad comercial de manera autónoma, al carecer de garantías que le permitan acceder a un crédito y poder así invertir dinero, aumentando su capacidad productiva (CEPAL, 1998).

Hoy, en el mundo rural, un 20% de los hogares tienen una mujer como jefa de familia y única proveedora (CEPAL, 1998).

Dedicarse al agroturismo no es una decisión fortuita. Según un estudio de Caballé y Rivera, (1996), se determinó que las motivaciones que llevan a las mujeres a trabajar en la actividad agroturística se pueden clasificar en tres tipologías: las razones financieras, las sociales y las personales. Una vez que las necesidades financieras están satisfechas, pueden aparecer las motivaciones sociales y de estatus y sólo una vez que las necesidades financieras y de estatus están satisfechas aparecen las razones personales y de autosatisfacción como una motivación del trabajo.

La mujer, encargada directa de la actividad agroturística, se relaciona estrechamente con el entorno y de la ordenación de su espacio más inmediato. Figurativamente la mujer es el primer eslabón en la cadena de la conservación del medio a través de esta actividad

En esta nueva modalidad turística las mujeres rurales tienen un rol protagónico, dado que en muchos casos la oferta de alojamiento y alimentación viene a ser una

extensión de la administración del propio hogar. Las mujeres del medio rural, durante el último tiempo han encontrado nuevas fórmulas para tener mayor presencia pública y aumentar su contribución al bienestar familiar, lo que conlleva lograr mayor independencia y desarrollo laboral, sin dejar de lado el desarrollo personal que a través del Turismo Rural pueden alcanzar.

1.3.- Capacidades emprendedoras y mujeres rurales

Una de las conclusiones que arrojó una investigación sobre los Lineamientos Estratégicos del turismo rural para la Décima Región sostenía que la mujer rural, dedicada tradicionalmente a la actividad doméstica y en forma secundaria a la explotación agropecuaria, posee escasa preparación para emprender actividades comerciales en forma autónoma y para gestionar o dirigir empresas, aunque sea de pequeño tamaño (Lerdón, Oyarzún y Szmulewicz, 1997).

A pesar de lo anterior, la mujer rural desea un espacio en la gestación de su propio desarrollo y según la experiencia de INDAP en su trabajo con mujeres, la percibe como una mujer que lentamente quiere emprender una acción protagónica, en su aprendizaje y ser sujeto de crecimiento personal y familiar. Es así como la mujer rural ha contraído responsabilidades de créditos, ha demandado capacitación, se ha organizado junto a otras mujeres para emprender negocios, está integrando talleres, ha logrado cargos directivos y de representación (Padilla, 2000).

Este cambio de actitud de la mujer rural (de pasiva a activa) puede ser explicado por los siguientes aspectos: los escenarios actuales, entre otras cosas, con un modelo económico centrado en el mercado, hacen que cada día la pequeña agricultura deba enfrentar mercados exigentes a los que difícilmente pueda competir de manera individual y con rubros tradicionales y de baja calidad, lo que ha obligado a las familias a enfrentar esta situación, pasando de una cultura de la producción «vendo lo que produzco» a una cultura de mercado «produzco lo que vendo» y debo hacerlo en forma asociada a fin de enfrentar costos de administración, economías de escala, reducción de riesgos, etc. (Padilla, 2000).

1.4.- Asociatividad y mujeres rurales

De acuerdo a cifras entregadas por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el país se contabilizan alrededor de 87.046 organizaciones, la

cifra no agota todas las formas asociativas existentes en el país, ya que sólo contempla las con mayor grado de formalidad (PNUD, 2000).

De acuerdo a la información proporcionada por el PNUD (2000), en los años 1996, 1997 y 1998 se han registrado un total anual de 501 proyectos asociativos de microempresas durante los tres años mencionados.

El proceso de asociatividad no es fácil, ya que una de sus mayores dificultades se basa principalmente en que implica relaciones interpersonales mucho más complejas e impredecibles, ya que entran en juego los intereses y características personales de cada uno de sus integrantes. El objetivo del proceso de asociatividad es generar una estructura de roles y funciones que permita la conformación de la organización. Además, a diferencia de la sociabilidad, donde el objetivo principal es juntarse y hablar de algún tema, en un ejercicio de asociatividad se debe lograr un objetivo, lo que significa una interacción mayor por parte de los integrantes que les permita lograr beneficios que de una u otra manera serán distribuidos entre los integrantes de la organización. Si bien, este proceso tiene múltiples beneficios económicos y sociales, los primeros no son suficientes por sí solos para inducir los procesos de asociatividad. Existe consenso en que la rentabilidad social que tiene un proceso de este tipo, no se puede evaluar de un año para otro, sino que evaluar su impacto requiere un mayor plazo. La construcción de agrupaciones asociativas está llena de dificultades. Es posible identificar factores internos (falta de experiencia, descoordinación, debilidad del trabajo en equipo, entre otros) y dificultades externas (propias del entorno socioeconómico)

En la búsqueda de una mejor calidad para la oferta turística rural, resulta fundamental la organización y la asociatividad local, regional o nacional de agricultores y campesinos con objetivos comunes. Las organizaciones adoptan la forma de redes de agroturismo, centrales de reservación y otras (FIA, 1999).

1.5.- Turismo rural y asociatividad

En la búsqueda de una mejor calidad para la oferta turística rural, resulta fundamental la organización y la asociatividad local, regional o nacional de agricultores y campesinos con objetivos comunes. Las organizaciones adoptan la forma de redes de agroturismo, centrales de reservación y otras.

La asociatividad presenta varias ventajas para las organizaciones agroturísticas, dentro de ellas se puede mencionar (Szmulewicz y Gutiérrez, 2002).

- Permite alcanzar una escala de producción suficiente para llegar a los mercados.
- Aprovechar los beneficios de colaborar en el proceso de adquisiciones.
- Solucionar problemas públicos (recolección de basuras, arreglo de caminos, acceso a luz eléctrica, medios de comunicación, transporte público, etc.)
- Crear y fortalecer lazos de solidaridad entre los miembros de las comunidades rurales y, de esta forma, enfrentar unidos las barreras y dificultades económicas, humanas y sociales que atentan contra ellos.
- Permite acceder con mayor facilidad a las ayudas estatales como fuentes de financiamiento, capacitación, asistencia técnica en aspectos legales y contables. La mayoría de los aportes o apoyos provienen del Estado y de instituciones no gubernamentales que favorecen o se orientan a organizaciones. Esto es parte de las políticas nacionales de fomento del sector y en general constituye una clave para mejorar las condiciones de vida en el mundo rural.
- Hacer un frente común para obtener el mejoramiento de la infraestructura, el acceso a servicios básicos, el desarrollo de cierta normativa ad-hoc, en general, efectuar planteamientos conjuntos frente a las autoridades y a los organismos públicos.
- Acceder a fuentes financieras y a asistencia técnica. En el caso de los créditos y subsidios públicos es poco realista la presentación en carácter individual.
- Permite elaborar material promocional para acceder, con ciertas posibilidades de éxito, a los grandes mercados emisores urbanos.
- Permite organizar la oferta a través de sistemas de reserva y venta de hospedaje rural que no pueden funcionar sin la necesaria asociatividad entre los productores. El sistema más utilizado son las centrales de reserva y éstas funcionan sobre la base de la unidad de un gran número de oferentes.
- Desde la perspectiva de los usuarios acceder a una amplia oferta y resulta más atractivo, es más económico y más rápido para conseguir la reserva, que negociar con cada uno de los prestadores individuales.

Según INDAP (1999), no resulta aventurado afirmar que en Chile las cooperativas, Proyectos de Fomento (PROFOS), redes y asociaciones de turismo rural han representado el principal motor de crecimiento del turismo rural. En todos estos casos las organizaciones son impulsadas por los organismos de turismo y los de la administración agraria, a veces en forma independiente y en otras ocasiones cooperando.

Según Szmulewicz y Gutiérrez (2002), a pesar de la falta de estudios analíticos acerca de las agrupaciones de Turismo Rural y sus experiencias organizacionales, la visión personal de los autores y los estudios de campo realizados indican que algunas de las principales dificultades asociativas que enfrentan son:

- Las peculiaridades socioculturales de la vida rural: los ritmos de vida del campo son distintos a los de la ciudad, los elementos y prácticas socializadoras son diferentes y las tradiciones se mantienen y se practican. Cualquier esfuerzo asociativo debe evitar provocar conflictos insalvables con las prácticas acostumbradas.
- Desconfianza entre las personas, miedos y prejuicios, diferencias políticas entre los actores.
- Malas experiencias anteriores y falta de seguridad en el logro de metas, derivado de la escasez de organizaciones exitosas.
- Barreras a la mayor participación de las mujeres, que en este rubro tienen un rol protagónico, son más activas, tienen mayor interés por la participación social y la realización de actividades fuera del hogar.
- Impaciencia por ver resultados a corto plazo y rápida desilusión por la lenta y baja rentabilidad de los proyectos agroturísticos.
- Envidias, pugnas internas, conflictos emocionales, familiares, étnicos, etc.
- Falta de tiempo y dinero para participar en asociaciones y la presión de las demandas cotidianas.
- Existencia de otras asociaciones que consumen tiempo y que apuntan a solucionar cuestiones de gran urgencia, tales como: luz eléctrica, agua potable, tratamiento de desechos, caminos, etc.
- Número reducido de integrantes al comienzo del proceso y dificultad para alcanzar una masa crítica necesaria para asegurar la sustentabilidad en el tiempo de la organización.

- Bajo nivel educacional de los socios, las dificultades en el uso del lenguaje oral y escrito y la carencia de tradiciones organizativas.
- La creación generalizada de dependencia ante la intervención estatal y ausencia de autonomía de los actores locales

No se aprecia una visión de empresa red a largo plazo, los socios están pensando en el beneficio individual y el único incentivo para ingresar a la red es agilizar trámites, recibir apoyos externos para subsidios o créditos, etc.

Dada la importancia que para la generación y operación de productos agroturísticos y para la conformación de destinos turísticos de excelencia representa la cooperación entre los prestadores de servicios agroturísticos, es necesario fortalecer el grado de asociatividad de las actuales redes de agroturismo, superar las barreras y obstáculos que deben sortear sus miembros para participar en ella, y las dificultades del funcionamiento como organización, de tal forma de proponer estrategias y programas destinados a fortalecer las habilidades asociativas de los integrantes y su consolidación organizacional.

2.- Material y método

La investigación se concentra en las mujeres que dirigen negocios de turismo rural, socias de organizaciones agroturísticas del Sur de Chile. El universo de socios, responsables de los emprendimientos de las seis organizaciones que conforman el estudio, corresponden a 85 personas y la muestra utilizada es de 45 mujeres.

El estudio tiene como objetivo en determinar la percepción que tienen las mujeres rurales acerca de los cambios que ha significado para su vida la dedicación a una nueva actividad productiva: turismo rural.

Los instrumentos utilizados son: entrevistas a informantes claves, cuestionarios a mujeres emprendedoras y grupos de discusión en las organizaciones.

3.- Resultados

3.1.- Las mujeres emprendedoras en turismo rural

La edad de las mujeres emprendedoras en turismo rural oscila, entre los 30 y 60 años. Si analizamos la muestra (45 mujeres), un 42,2% tienen entre 51 y 60 años.

Un 40% tiene entre 41 y 50 años. El rango de edad entre 31 a 40 años está representado por un 18%, al igual que las mayores de 60 años.

En relación con el nivel educacional, un 57,8% de las mujeres incluidas en la muestra han cursado la enseñanza básica en forma incompleta; un 13,3% sí la han cursado en forma completa. Un 15,6% ha cursado la enseñanza media en forma completa y el mismo porcentaje se repite para las mujeres que no terminaron este nivel formativo. El nivel educacional de tipo profesional se presenta en 4 mujeres con un 8,9% con respecto al total. Un solo caso (2,2%), no tiene ningún tipo de educación formal.

Respecto a su participación en la propiedad de la tierra, de las mujeres encuestadas un 46,7% señalaron que los predios son de su propiedad, mientras que el resto señalan no ser propietarias del terreno. El 50% de los otros propietarios corresponde a sus cónyuges y el resto corresponden a otros dueños. El carácter campesino se refleja claramente en el tamaño de los predios. La extensión promedio de sus predios es de 11,4 hectáreas

En cuanto a la composición de la familia, del total de 45 mujeres emprendedoras encuestadas, sólo una de ellas (2%) no tiene hijos, las restantes sí los tienen, representando un 98%.

Cabe señalar, que de las mujeres que tienen hijos, un 53% tiene 3 o 4 hijos, en segundo lugar se encuentran las mujeres que tienen 1 o 2 hijos (36%). Sólo un caso tiene más de 7 hijos, representando un 3%. Un 8% po-

see 5 o 6 hijos. En promedio las mujeres tienen 3 hijos por familia.

En relación a las edades de los hijos, la mayoría de éstos son adultos y sus edades superan los 31 años.

En el rango de 6 a 15 años se aprecia un porcentaje de 15%; en el intervalo de 16 a 20 años se observa un 12%.

Una minoría de las mujeres tiene hijos preescolares (5%) Un 25% posee edades entre 21 y 30 años.

3.2.- Actividades productivas de las mujeres en turismo rural

La actividad productiva principal es la agricultura (80% de los casos). Otras de las actividades desarrolladas son: el cuidado de los animales domésticos (un 64,4%) y la dedicación al huerto con un 66,7%. La actividad ganadera es practicada por 20 mujeres lo que equivale al 44,4%, mientras que el comercio es representado por solo 8 personas (17,8%).

Las funciones que realiza la mujer, en el negocio agroturístico, son múltiples y variadas.

El siguiente cuadro muestra que el 73,3% elabora las comidas y bebidas, la atención y el guiado a turistas es una función que la realizan el 46,7% de las mujeres encuestadas. Cabe señalar que el aseo del establecimiento y el orden del predio es tarea del 48,9% de las mujeres. Mientras que el 35,6% se dedican al manejo contable del emprendimiento y el 37,8% se enfoca a la promoción de productos/servicios que ellas están dispuestas a ofrecer (ver cuadro 1).

Cuadro Nº 1: Actividades que realizan las mujeres campesinas en turismo rural

Funciones que realizan	Porcentaje (%)
Elaboración comidas y bebidas	71,1
Atención y guiado de turistas	47,6
Aseo del establecimiento y orden del predio	48,9
Manejo contable	35,6
Promoción	37,8

Fuente y Elaboración: Propia.

Un 24%, de las mujeres emprendedoras ofrecen sus servicios y/o productos sólo en verano y el 38% funcionan todo el año. El 36% señala que sólo presta el servicio cuando llegan turistas y un 2% cuando les hacen pedidos.

3.3.- Asociatividad en turismo y mujeres rurales.

El universo de socios, responsables de los emprendimientos de las seis organizaciones que conforman el estudio, corresponde a 85 personas.

Se puede apreciar que, en cinco de las seis organizaciones, la presencia de mujeres sobrepasa el 60% del total de socios, llegando incluso a un 87% de socias en la red de turismo rural Doña Cotty de Canaan de Chonchi.

Según los registros de las organizaciones, en el conjunto de ellas las mujeres superan en mayoría a los

hombres, lo que indica la gran responsabilidad femenina en el desarrollo de la actividad agroturística.

3.4.- Efectos de la participación en negocios de turismo rural para mujeres campesinas

Apoyo familiar

El 95,6% de las mujeres que gestionan emprendimientos de turismo rural declara que siente un importante apoyo familiar, mientras que el 4,4% no lo recibe.

En la encuesta realizada se puede comprobar que la ayuda de los hijos se manifiesta en el cuidado y aseo del hogar con un 29,5%, en segundo lugar se señala el acompañamiento y la atención hacia los turistas (22,7%). También el apoyo se manifiesta en la preparación de alimentos, expresada por un 11,4%. El apoyo moral lo entregan los hijos adultos que ya no viven en el predio con sus padres, en un 9,1% (ver cuadro 2).

Cuadro N° 2: Apoyo de los hijos a las mujeres emprendedoras en turismo rural.

Tipo de Apoyo	Porcentaje (%)
Aseo y cuidado del establecimiento	29.5
Acompañan y atienden a los turistas	22.7
Guías	11.4
Colaboran en la preparación de alimentos	11.4
Apoyo Moral	9.1

Fuente y Elaboración: Propia.

El 16% señala que su cónyuge apoya en el orden y limpieza del predio; otras señalan que el cónyuge aporta en todas las actividades requeridas. Un 11,6% apoyan

en la preparación de alimentos (especialmente en la preparación de asados al aire libre o curantos) (ver cuadro 3).

Cuadro N° 3: Apoyo del cónyuge a las mujeres emprendedoras en turismo rural.

Tipo de Apoyo	Porcentaje (%)
Orden y limpieza del predio	16.3
En todas las actividades	16.3
Preparación de alimentos	11.6
Otro	55.8

Fuente y Elaboración: Propia.

Capacitación recibida

La mayoría de las mujeres emprendedoras en agroturismo (28 mujeres) ha recibido algún tipo de capacitación en este rubro.

Las mujeres que han participado en actividades de capacitación han podido apreciar que son de gran apoyo para el surgimiento de sus emprendimientos. Al indagar en los tipos de estas capacitaciones, más del 70% señala que ha participado en cursos; un 19,1% en giras tecnológicas y un 9,5% señala haber participado en seminarios.

La mayoría de las emprendedoras, señalan que han recibido capacitación en el tema de la manipulación de los alimentos (69%); atención al público (66,7); aspectos del turismo rural (61,9); cursos de repostería (47,6%), contabilidad básica (35,7); conciencia turística (28,6%), por citar las más recurrentes. Es importante resaltar que las mujeres que han recibido capacitación han podido participar en promedio en 4 cursos de capacitación en los últimos 3 años, en este rubro (ver cuadro 4).

Cuadro Nº 4: Contenidos de las capacitaciones recibidas por las mujeres.

Capacitación recibida	Porcentaje (%)
Manipulación de alimentos	69,0
Atención al público	66,7
Turismo Rural	61,9
Repostería	47,6
Contabilidad básica	35,7
Conciencia turística	28,6
Otras	26,1

Fuente y Elaboración: Propia.

Motivación para desarrollar la actividad

La motivación, es el motor que impulsa la capacidad emprendedora. En esta investigación el 80% de las mujeres encuestadas (36) señalaron que se impulsaron a desarrollar esta actividad principalmente por una

motivación económica; un 28,9%, considera que la motivación social fue lo que predominó al momento de llevar a cabo esta actividad. Una minoría señaló que la motivación central fue el reconocimiento de parte de su familia y el rescate del valor cultural.

Cuadro Nº 5: Motivación de las mujeres emprendedoras en turismo rural.

Motivación principal	Cantidad	Porcentaje (%)
Económica	36	80,0
Social	12	28,9
Reconocimiento familiar	1	2,2
Otra motivación	2	4,4
Total	45	100,0

Fuente y Elaboración: Propia.

Principales impactos personales del agroturismo reconocidos por las emprendedoras

Dentro de los impactos personales que las mujeres emprendedoras identificaron, como consecuencia de llevar a cabo esta actividad, se encuentran: desarrollo de personalidad (93,3); reconocimiento familiar (del cónyuge o los hijos) con el porcentaje 86,7%; desarrollo de confianza (autoconfianza), con un 86,7%.

Sin embargo, también reconocen que esta actividad complementaria ha reducido el tiempo de vida familiar, señalado en un 15,6% de las mujeres emprendedoras. Sólo una minoría señala que no le ha influido esta actividad de manera personal.

Intervención pública en agroturismo y mujeres emprendedoras

Las instituciones públicas que han apoyado sus iniciativas individuales son en primer lugar INDAP con un

94,7%, luego se encuentran el municipio, FOSIS y PRODESAL quienes reflejan un 10,5% con respecto al total de mujeres encuestadas, mientras que SERNATUR y el FIA apoyan a un 5,3% de las mujeres.

El 63,2% de las mujeres emprendedoras, señala que los programas las han apoyado a través de créditos y un 57,9% señala además los subsidios, mientras que la capacitación y la asistencia técnica sobresalen con un 52,6%.

Se debe tener presente que las mujeres emprendedoras reciben más de un apoyo proveniente de las instituciones y/o programas públicos.

Las mujeres que reconocen haber recibido apoyo estatal en sus emprendimientos individuales un 76,9%, lo evalúa como importante, mientras que un 11,5% lo considera indispensable y de igual porcentaje lo valora como una ayuda más.

Competencias necesarias para participar en negocios de turismo rural

Las principales habilidades y actitudes personales que las mujeres reconocen como sus fortalezas, presentes en quienes dirigen empresas de turismo rural son: disposición de servicio, compromiso, motivación y responsabilidad y valoración del medio rural y la cultura local. Durante el desarrollo de los talleres grupales, las mujeres emprendedoras participantes identificaron sus debilidades en cuanto a los conocimientos que poseen, destacando algunos tales como: las técnicas adecuadas para una mejor atención al cliente, marketing para dar a conocer la oferta del producto ó servicio; el conocimiento de aspectos contables y financieros son parte de los problemas que aquejan a las mujeres, percibidos en más de un 50%. De similar forma y en un porcentaje menor se encuentran los aspectos relacionados con economía como también la carencia de estudios en cuanto a las relaciones públicas que debieran tener para un mejor desarrollo en el ámbito laboral.

Las mujeres emprendedoras indican que sus principales falencias son: el trabajo en equipo, la capacidad organizativa, comunicación y en igual medida el liderazgo, trato personal, capacidad de negociación y toma de decisiones.

Las áreas consideradas fundamentales para desarrollar la actividad son la atención al cliente con un 29,7% le siguen la gestión de empresas y el turismo con un 21,6 y un 20,0 respectivamente.

Las principales actitudes necesarias señaladas por las mujeres emprendedoras para desarrollar la actividad son la responsabilidad, motivación y amabilidad.

4.- Conclusiones

- Predominan entre las emprendedoras en agroturismo las mujeres de edad media, con escasa presencia de jóvenes, lo que representa un riesgo para la continuidad de los emprendimientos.
- En relación con el nivel educacional el hecho de que la mayoría sólo tenga enseñanza básica, representa una importante dificultad para el manejo de negocios de carácter empresarial y para la participación en organizaciones de tipo productivo.
- Al no tener hijos mayores a los cuales atender, las mujeres emprendedoras pueden dedicar tiempo a desarrollar esta actividad y muchas veces son los hijos los que le ayudan a llevarla a cabo.
- Ellas no sólo desarrollan por sí solas esta actividad, sino que pertenecen a redes de turismo rural y destinan tiempo para participar en otras organizaciones, siempre con la intención de apoyar y sacar adelante sus familias y la localidad donde viven.
- Las mujeres emprendedoras, generalmente no son propietarias de los predios donde viven, éstos a menudo están a nombre del cónyuge o de otra persona, lo que constituye una limitante en el acceso a apoyo de la banca tradicional.
- A pesar de tamaño de los predios, ello no constituye obstáculo para el desarrollo del negocio agroturístico en el que se aprovechan las actividades agrícolas, los invernaderos y la cría de animales domésticos.
- Considerando el pequeño tamaño de los negocios, las mujeres son polifuncionales, ellas son las encargadas de elaborar y preparar los alimentos, la recepción, el aseo y el ornato, etc.
- A pesar de que varias de las emprendedoras manifiestan que sus emprendimientos pueden ser visitados durante todo el año, el agroturismo es una actividad estacional, donde la demanda está muy concentrada en los meses de enero y febrero, lo que sin duda es una limitante y restringe el flujo de ingresos para el emprendimiento.

- Es reconocida la importancia que tiene el apoyo familiar para las emprendedoras y para el éxito de sus negocios. Al respecto, la mayoría de las emprendedoras consultadas, manifestó que cuenta con este apoyo, tanto de parte de sus cónyuges como de sus hijos. Este apoyo se traduce en compartir algunas tareas del negocio agroturístico. En relación al apoyo del cónyuge, este se manifiesta en la preparación de algunos alimentos (curantos o asados), o en acompañar a los turistas durante sus visitas al predio.
- A pesar de que muchos hijos no pueden colaborar directamente, pues tienen sus propias familias que atender, se destaca el apoyo moral que reciben de ellos y las anima a seguir desarrollando esta actividad.
- El agroturismo ha representado un importante factor de mejoramiento del capital humano de las mujeres rurales. Desarrollar sus emprendimientos, les ha permitido participar en actividades de capacitación, es especial sobre temas vinculados al negocio.
- La cantidad de actividades de capacitación realizadas constituye un porcentaje significativamente superior al que se reciben en actividades tradicionales. Además se han incorporado otras formas de gran interés como son las giras tecnológicas.
- La motivación principal para desarrollar este negocio es la económica, ya que necesitan contribuir al ingreso familiar y de esta forma mejorar sus condiciones de vida, han visto cambios también a nivel personal y familiar: desarrollo personal, reconocimiento familiar y mayor autoconfianza. Pero sin duda no todo es miel sobre hojuelas: se reconoce que desarrollar esta actividad les ha restado tiempo de dedicación a sus familias, aspecto que es motivo de conflicto en algunas ocasiones.
- Las mujeres reconocen y valoran el apoyo de instituciones del Estado, identificando a INDAP como la principal y a FOSIS, Municipalidades, FIA, como secundarias. Este apoyo, expresado en créditos y subsidios, se concentra en asistencia técnica, capacitación, promoción y difusión y fomento de la asociatividad entre las socias de redes campesinas.
- Existe consenso en que las características necesarias para llevar a cabo exitosamente un negocio agroturístico son las siguientes:
 - *En relación a sus actitudes.* Las mujeres rurales deben sentirse comprometidas con sus negocios agroturísticos, ya que es una actividad que no debe ser pensada en el corto plazo, sino que en el mediano y largo plazo, por ello deben tener, junto con el compromiso, la motivación para mantenerse en el tiempo. Las mujeres deben valorar el medio rural donde viven, sentirse identificadas y orgullosas de éste, ya que es la base para estructurar un producto turístico atractivo. Dentro de la valoración por el medio donde viven destacan los aspectos culturales, naturales y familiares. La creatividad también debe ser destacada ya que deben ser capaces de estructurar y diseñar una oferta novedosa, atractiva que sobresalga del resto de la oferta agroturística.
 - *En relación a sus habilidades.* La toma de decisiones es una habilidad importante a considerar pues, es la mujer, quien lleva la gestión del negocio y debe ser capaz de tomar decisiones autónomas y no depender de asesores, redes de turismo, etc. Al tener que tomar decisiones la mujer rural debe estar informada de las alternativas existentes a cada situación y saber priorizar actividades o funciones dentro de la gestión de su negocio, esto la llevará a ser más independiente y autónoma. La mujer rural tener capacidad organizativa, ya que deberá saber manejar su negocio agroturístico: planificar, jerarquizar las tareas que sean necesarias para el logro de sus objetivos y saber delegar cuando es posible. Esta última capacidad será aún más necesaria en la medida que su negocio vaya creciendo y le demande más tiempo y preocupaciones. Factor importante en la capacidad emprendedora en agroturismo es la comunicación, tanto interna como externa. Debe saber que comunicar al visitante, que emociones y expectativas transmitirle, incluso desde antes que visite su negocio. Luego saber comunicarse internamente con las demás personas que estarán involucradas en su emprendimiento, sean familiares o personal contratado. Como corolario de lo anterior debe tener habilidad de trabajar en equipo para alcanzar sus objetivos. Esta habilidad le ayudará si forma parte de una red de turismo o si trabaja con su grupo familiar.
 - *En relación a los conocimientos que debe manejar.* En cuanto a conocimientos, la mujer microempresaria en agroturismo debe conocer la natura-

leza del turismo y más específicamente del agroturismo, manejar aspectos básicos de gestión de empresas. Además, es necesario que conozca su cultura local, sus tradiciones, costumbres, fiestas, folclor, que se realiza en la localidad donde ella vive, ya que estos elementos serán el ingrediente más importante para estructurar su oferta de productos y servicios complementarios. Otro aspecto importante de considerar es el conocimiento de técnicas de atención del cliente.

- *Condiciones del entorno.* Sin duda que el éxito de los emprendimientos va a depender del trabajo que desarrollen las mujeres rurales involucradas, pero también dependerá de algunas condiciones del entorno. El entorno debe ser facilitador y no una limitante. En este contexto debe existir una política clara en torno a esta actividad y le compete a los organismos públicos del área cumplir este requerimiento.
- Entre las fortalezas que tienen las mujeres rurales destacan su compromiso y responsabilidad con sus emprendimientos, prueba de ello es que pese a las dificultades, han permanecido durante varios años. Son disciplinadas en las tareas que desarrollan. Varias de estas mujeres son artesanas (en madera, cuero, lana) y confeccionan sus artesanías durante todo el año para tener un stock suficiente para la demanda estival en sus emprendimientos. También han desarrollado un grado de creatividad que aplican al diseño de sus productos y servicios.
- Destacan, dentro de las habilidades que poseen, la disposición al servicio y la amabilidad. Ellas están acostumbradas atender sus casas, a sus esposos e hijos, están pendientes de sus necesidades y esto lo proyectan a los visitantes. Se organizan para sacar adelante ideas de proyectos en conjunto, demostrando que pueden trabajar en equipo.
- En cuanto a los conocimientos que manejan sobresalen las técnicas de atención al cliente, ellas saben como atender y ser cordiales con sus visitantes, eso se comprueba en el hecho que luego de una primera estadía los turistas vuelven a visitarlas. Dominan los aspectos de su cultura y se la transmiten a los turistas lo que proporciona un valor agregado a lo que ofrecen.
- Las mujeres necesitan desarrollar aún más la creatividad. Necesitan ser más flexibles y escu-

char propuestas que contribuyan al mejoramiento de su negocio. También falta desarrollar la autonomía, lo que les va a permitir tomar sus propias decisiones y no depender de otras personas. Otra deficiencia es el liderazgo, ya que si bien, existen líderes al interior de las redes muchas veces son las mismas las que deben realizar esta tarea porque nadie más se atreve hacerlo.

- En cuanto a los conocimientos que faltan por reforzar destacan: técnicas de marketing, las que le van a facilitar la venta, promoción de sus negocios y también conocimientos de idiomas (principalmente el inglés) y aspectos de gestión financiera y contable.

5.- Propuestas

Las propuestas que se señalan a continuación apuntan a orientar algunas acciones que permitan fortalecer las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales responsables de negocios de agroturismo.

En primer lugar, dado que una de las características fundamentales de la capacidad emprendedora es la iniciativa y la innovación respecto a lo establecido, se propone fomentar la creatividad de las emprendedoras, estableciendo premios a la innovación en los servicios de agroturismo. Estos premios deberían ser otorgados tanto a nivel regional como a nivel nacional y en ellos, previo concurso, se escogerán los emprendimientos agroturísticos más novedosos y se les otorgará no sólo reconocimiento y difusión, sino apoyo financiero para estimular el crecimiento de sus negocios.

Por otra parte, se considera necesario que los fondos concursables que apoyan proyectos agroturísticos incluyan, como un criterio de selección fundamental, la condición innovadora de las propuestas. Ello también con el objeto de fortalecer a quienes tienen y se arriesgan con propuestas creativas.

Considerando que el desarrollo de las capacidades emprendedoras en las mujeres rurales es un proceso largo y no exento de dificultades, el apoyo que se entregue a las emprendedoras, debe también mantenerse en el tiempo y ser consistente con la dificultad del proceso.

Para fortalecer las actitudes de las emprendedoras se recomienda un completo programa de talleres de desarrollo personal, donde se ponga énfasis en la capacidad de asumir riesgos, la autoconfianza, el afianzamiento de la motivación, etc.

Para desarrollar la adaptabilidad (flexibilidad), condición de todo emprendedor exitoso, se sugiere la realización de talleres eminentemente prácticos, en los cuales se coloquen a las emprendedoras en diversas situaciones que se pueden presentar en sus negocios. También se pueden realizar juegos de rol, en donde ellas puedan representar y ponerse en el lugar de los turistas. Esto último se debe reforzar a su vez con la experiencia empírica, es decir, tener la posibilidad de realizar viajes donde ellas sean las turistas y cultivar la necesaria empatía para brindar servicios de calidad.

Para fomentar la autonomía de un responsable de negocios, cuestión que obviamente requiere de una amplia experiencia práctica, se pueden identificar y establecer las diferentes responsabilidades en el negocio agroturístico y determinar que decisiones se aconseja tomar en cada situación. Esto se puede reforzar con el desarrollo de manuales de procedimientos que señalen los pasos a seguir en distintas situaciones. Por supuesto, esta asistencia técnica requiere de especialistas que acompañen a las emprendedoras tanto individual como colectivamente durante un periodo de tiempo suficiente para alcanzar un grado mínimo de madurez empresarial.

Crear las condiciones para permitir el contacto directo y sostenido de las mujeres rurales con emprendedoras exitosas en agroturismo, que compartan sus experiencias y entreguen modelos de desarrollo en esta materia, que se puedan replicar o adaptar a las realidades locales, es reconocidamente, una de las formas más utilizadas para cultivar capacidades emprendedoras (la figura de las madrinas).

Ejecutar un completo programa de capacitación en temas de gestión de emprendimientos, técnicas de marketing, planes de negocios, técnicas de atención al cliente y diseño de oferta agroturística, entre otras, es claramente una manera fundamental de desarrollar las habilidades cognitivas en mujeres rurales. Obviamente este esfuerzo requiere la finalización de los estudios básicos de las emprendedoras. Estas capacitaciones se tienen que realizar como parte de un plan que se mantenga por un período de tiempo acorde al nivel de aprendizaje de las emprendedoras y que permitan el empoderamiento de las técnicas aprendidas.

Los esfuerzos no sólo deben ir encaminados en la dirección individual, también hay que fortalecer el trabajo asociativo, ya que, es más difícil desarrollar todos los aspectos que involucra la gestión, en forma personal. Iniciarse como empresaria formando parte de un equipo y con responsabilidades limitadas parece permitir

que paulatinamente se hagan cargo de todo el quehacer y que vayan aprendiendo y compartiendo experiencias.

Otra forma de desarrollar las capacidades emprendedoras es asumir riesgo en forma paulatina, realizando pequeñas inversiones, para adquirir confianza y de esta forma hacer crecer el negocio. Es importante establecer, a nivel colectivo e individual, metas de corto plazo para ir fortaleciendo la autoconfianza en el negocio.

Le compete al Estado apoyar el desarrollo de la actividad, para ello debe aumentar los fondos de capital semilla y capital de riesgo que actualmente están disponibles en forma muy limitada para el mundo rural. Es necesario que los organismos públicos, al momento de determinar que iniciativas apoyar, seleccionen a quienes posean más condiciones emprendedoras. Un instrumento válido para este efecto sería desarrollar un test que determine el nivel de competencias en las capacidades emprendedoras.

Además, como se ha señalado, se propone aumentar los plazos de la asistencia técnica a los negocios y el apoyo personalizado a las emprendedoras.

Impulsar el desarrollo de las capacidades emprendedoras desde la educación básica, para que exista una cultura emprendedora más arraigada en la población rural, es, sin duda, una vía de gran interés y seguramente la más importante para el largo plazo.

Por último, de considerable ayuda resulta establecer sistemas de monitoreo de las oportunidades de mercado en temas de agroturismo. La creación de incubadoras de empresas orientadas al medio rural y en especial a las mujeres, puede ser una alternativa viable, al amparo de las universidades regionales especializadas en estos temas.

Referencias bibliográficas

CABALLÉ, A. y A. RIVERA. 1996. «Dona i reestructuració a les àrees rurals: el cas de l'agroturisme a les comarques del Solsonès, el Bages i el Berguedà». *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*- Nº 42- Vol XI.

CAMPAÑA, P. 1992. *La perspectiva de género en el desarrollo rural de América latina. en Género en el desarrollo rural sostenible. Una respuesta a un nuevo paradigma*. Centro Internacional de desarrollo rural.

CEPAL. 1998. *La situación de la mujer en zonas rurales en Chile*. Documento de Trabajo.

COMISIÓN ECONÓMICA EUROPEA, 2002. *La mujer en la agricultura*. Luxemburgo.

- CHULVI, B. 2000. «Trabajar en un medio masculino y rural». Revista *Ruralia* Nº3. Madrid, España. pp.43-50.
- INE. 1992. Resultados Censo de Vivienda y Población 1992.
- KASSIMATI, K. et. al. 1994. «Women`s employment in the tourist sector. Study of the Greek Labour market and identification of future prospects». European Commission.
- LERDÓN, J., OYARZÚN E. y SZMULEWICZ, P. 1997. *Definición de Lineamientos estratégicos de Turismo rural para la Décima Región de Los Lagos*. Convenio INDAP y Universidad Austral de Chile.
- INDAP. 1999. *Memoria*. Ministerio de Agricultura.
- MARTÍNEZ, L. 1999. «El turismo rural: la tarea de INDAP». en *El llamado de la Tierra*. 4º Seminario Internacional de Turismo Rural.
- PADILLA, M. 2000. *Mujer rural. Programa de Género del Instituto de Desarrollo Agropecuario*, INDAP.
- PNUD. 2000. *Desarrollo Humano en Chile. Asociatividad y Capital social*.
- FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA (FIA), 1999 *Agroturismo en Chile. Situación y Perspectivas*. Santiago de Chile.
- SAMPEDRO, Rosario. 2002. *Las mujeres rurales ante el reto de la desagrarización. En Mujeres y Sociedad Rural. Entre la inercia y la ruptura*. Instituto de la Mujer, Ministerio de trabajo y asuntos sociales, España..
- SZMULEWICZ, Pablo. 1997. *Agroturismo. Una nueva alternativa económica en el medio rural*. Tesis Magíster en Desarrollo Rural. Universidad Austral de Chile. Valdivia.
- SZMULEWICZ, P. y Gutiérrez C. 2002. «Capital Social y Turismo Rural». en *Turismo* 1, Año 1 Número 2. México, pp. 65-78.
- VALDÉS, Ximena. 1995. *Mujer Rural y Mercado laboral*. Servicio Nacional de la Mujer, Santiago de Chile.