

**UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE**  
**FACULTAD DE FILOSOFIA Y HUMANIDADES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS**  
**ESCUELA DE GRADUADOS**



**CAPACIDADES EMPRENDEDORAS DE LAS  
MUJERES RURALES PARA EL DESARROLLO  
DEL AGROTURISMO EN LA  
X REGION DE LOS LAGOS**

Tesis presentada como parte de los  
requisitos para optar al grado de  
Magíster en Desarrollo Rural.

**NORMA EDITH MANSILLA SANDOVAL**

**VALDIVIA - CHILE**  
**2005**

**Profesor Patrocinante:**

---

**Sr. Pablo Szmulewicz Espinosa**

Licenciado en Antropología

Dr. en Economía Aplicada (C.)

Instituto de Turismo

Fac. de Cs. Económicas y Administrativas

**Profesores Evaluadores:**

---

**Sra. Beatriz Vera Oyarzún**

Ingeniero Agrónomo

Magíster en Administración de Empresas (MBA)

Instituto de Economía Agraria

Facultad de Ciencias Agrarias

---

**Sr. Juan C. Skewes Vodanovic**

Licenciado en Antropología

DR.Ph.D en Antropología

Instituto de Ciencias Sociales

Facultad de Filosofía y Humanidades

Valdivia, 29 Abril de 2005

## **DECLARACION**

Yo, Norma Edith Mansilla Sandoval, declaro ser autora del presente trabajo, que lo he realizado en su integridad y no lo he publicado anteriormente para obtener otros Grados o Títulos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quisiera agradecer a quienes han contribuido, en alguna medida, al logro y concreción de este trabajo, corolario de mi paso por el programa de Magíster en Desarrollo Rural.

A mi esposo e hija por ser mi apoyo incondicional.

Al Gobierno Regional de Los Lagos por creer en la importancia de este tema y financiar este trabajo de investigación.

A mis estimados amigos y ahora colegas: Pablo y Cecilia que me apoyaron en el día a día para no desmotivarme y claudicar.

A la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), que durante el desarrollo de este trabajo de investigación, financió mi participación en el III Congreso Mundial de Mujeres Rurales en Madrid, España y que me permitió conocer a excepcionales mujeres rurales de todo el mundo.

A Viviana Riquelme por ser más que una eficiente y excelente secretaria, a mi parecer, actor muy importante de este programa de Magíster.

A las mujeres rurales de la muestra de este estudio por su colaboración y disposición.

## INDICE DE MATERIAS

Capítulo		Página
1	INTRODUCCION	1
2	REVISION BIBLIOGRAFICA	4
2.1	Evolución y situación actual de la mujer rural a nivel mundial	4
2.1.1	Enfoque de género	5
2.1.2	Mujeres y desarrollo rural	7
2.2	Mujeres rurales en Chile	8
2.2.1	Roles de la mujer rural en Chile	16
2.2.1.1	En la economía reproductiva	17
2.2.1.2	En la economía productiva	18
2.2.1.3	En las actividades comunitarias	18
2.3	Agroturismo y desarrollo rural	19
2.4	Agroturismo en Chile	24
2.5	Cultura emprendedora	26
2.5.1	Concepto de emprendedor	26
2.5.2	Características del perfil del emprendedor	30
2.6	Mujeres rurales y agroturismo	34
2.7	De mujer rural a microempresaria	36
3	MATERIAL Y METODO	42
3.1	Material	42
3.1.1	Área de estudio	42
3.1.1.1	Antecedentes generales	42
3.1.1.2	Caracterización productiva	42
3.1.1.3	Actividad turística	43
3.1.1.4	Desarrollo del agroturismo	44
3.1.2	Universo	44
3.1.3	Muestra	45
3.2	Método	46

3.2.1	Instrumentos de recolección de información	47
3.2.1.1	Pauta para grupos de discusión	47
3.2.1.2	Entrevista a informantes claves	47
3.2.1.3	Cuestionario para mujeres emprendedoras	48
3.2.1.4	Cuestionario a expertos	48
3.2.1.5	Ficha Programas de apoyo a mujeres en agroturismo	48
3.2.2	Aplicación de instrumentos	48
3.3	Colaboración especial	49
3.4	Financiamiento	49
4	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	50
4.1	Características de las mujeres emprendedoras en Agroturismo	50
4.1.1	Edad	50
4.1.2	Nivel educacional	50
4.1.3	Hijos	51
4.1.3.1	Número de hijos	51
4.1.3.2	Edad de los hijos	51
4.1.4	Participación en otras organizaciones	52
4.1.5	En relación al emprendimiento	53
4.1.5.1	Propiedad de la tierra	53
4.1.4.2	Actividad productiva principal de las mujeres emprendedoras	54
4.2	Características del negocio agroturístico	54
4.2.1	Funciones que realiza la mujer en el negocio agroturístico	54
4.2.2	Oferta de productos y servicios agroturísticos	55
4.2.3	Período de funcionamiento	55
4.2.4	Apoyo familiar	56
4.2.4.1	Apoyo familiar en general	56
4.2.4.2	Apoyo de los hijos	57
4.2.4.3	Apoyo del cónyuge	57
4.2.5	Capacitación recibida	58
4.2.5.1	Presencia de capacitación	58
4.2.5.2	Tipo de capacitación realizada	58
4.2.5.3	Contenidos de la capacitación recibida	59

4.3	Evaluación del negocio agroturístico	59
4.3.1	Motivación de las mujeres emprendedoras en agroturismo	60
4.3.2	Impactos del agroturismo	60
4.4	Intervención pública en agroturismo y mujeres emprendedoras	60
4.4.1	Instituciones y programas estatales de fomento al turismo rural	61
4.4.1.1	Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)	61
4.4.1.2	Fundación para la Innovación Agraria (FIA)	65
4.4.1.3	Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS)	65
4.4.1.4	Corporación de Fomento Productivo (CORFO)	65
4.4.1.5	Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)	69
4.4.2	Instituciones que apoyan a las mujeres en agroturismo	70
4.4.2.1	Según informantes claves	70
4.4.2.2	Según la percepción de las mujeres emprendedoras	70
4.4.2.3	Formas de apoyo	71
4.4.2.4	Percepción del apoyo	71
4.5	Evaluación de los programas públicos de apoyo al agroturismo	72
4.5.1	Fortalezas de los programas, según informantes claves	72
4.5.2	Debilidades de los programas públicos	72
4.5.3	Contribución de los programas públicos al fortalecimiento de las capacidades emprendedoras en las mujeres	74
4.6	Perfil modelo para las emprendedoras en agroturismo	74
4.6.1	Actitudes necesarias	74
4.6.2	Habilidades necesarias	75
4.6.3	Conocimientos requeridos	76
4.6.4	Las condiciones necesarias del entorno	77
4.7	Evaluación de las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales con negocios agroturísticos	79
4.7.1	Fortalezas de las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales	79
4.7.1.1	Actitudes	79
4.7.1.2	Habilidades	79
4.7.1.3	Conocimientos	81

4.7.2	Debilidades de las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales	82
4.7.2.1	Actitudes	82
4.7.2.2	Habilidades	82
4.7.2.3	Conocimientos	83
4.7.3	Debilidades, según las propias mujeres	83
5	CONCLUSIONES	85
6	PROPUESTAS	91
7	RESUMEN	94
8	SUMMARY	95
9	BIBLIOGRAFIA	96
	ANEXOS	101

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>		<b>Página</b>
1	Categorías de mujeres rurales en Chile	10
2	Categorías psicológicas de un emprendedor	33
3	Organizaciones de Turismo rural y agroturismo en la X Región	45
4	Redes incluidas en la muestra	45
5	Nivel educacional de las mujeres emprendedoras	51
6	Existencia de hijos en mujeres emprendedoras	51
7	Participación de las emprendedoras en otras organizaciones	53
8	Actividades que realiza la mujer emprendedora	55
9	Apoyo de los hijos a mujeres emprendedoras	57
10	Apoyo del cónyuge a las mujeres emprendedoras	58
11	Contenidos de las capacitaciones recibidas por las mujeres	59
12	Motivación de las mujeres emprendedoras	60
13	Programa de apoyo a la mujer rural de INDAP	62
14	Concurso de proyectos productivos de mujeres campesinas	63
15	Programa de turismo rural de INDAP	64
16	Financiamiento a proyectos de Innovación	66
17	Apoyo a actividades económicas para la generación de ingresos	67
18	Financiamiento de inversiones de medianas y pequeñas empresas	68
19	Fondo de asistencia Técnica (FAT)	68
20	Instituciones de gobierno que han contribuido al desarrollo del agroturismo en Chile	70
21	Instituciones que apoyan a las mujeres emprendedoras en agroturismo	71
22	Formas de apoyo de los programas estatales a la mujer emprendedora en agroturismo	71
23	Fortalezas de los programas estatales	73
24	Construcción del perfil modelo de las mujeres emprendedoras	

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura</b>		<b>Página</b>
1	Distribución geográfica de la muestra	46
2	Edad de las mujeres emprendedoras en agroturismo	50
3	Número de hijos de las mujeres emprendedoras	52
4	Edad de los hijos de las mujeres emprendedoras	52
5	Propiedad de la tierra	53
6	Actividad productiva de las mujeres emprendedoras	54
7	Oferta de productos y servicios agroturísticos	56
8	Período de funcionamiento de los emprendimientos	56
9	Apoyo familiar de las mujeres emprendedoras	57
10	Capacitación recibida por las mujeres emprendedoras	58
11	Tipo de capacitación recibida por las mujeres emprendedoras	59
12	Impactos del agroturismo en las mujeres emprendedoras	61
13	Percepción del apoyo de los programas estatales	72
14	Debilidades de los programas públicos	73
15	Contribución de los programas públicos al desarrollo de las capacidades emprendedoras	74
16	Actitudes requeridas en una mujer emprendedora en agroturismo	75
17	Habilidades requeridas en una mujer emprendedora	76
18	Conocimientos requeridos en una mujer emprendedora	77
19	Condiciones del entorno necesarias para las emprendedoras	78
20	Fortalezas en las actitudes de las mujeres emprendedoras	80
21	Fortalezas en las habilidades de las mujeres emprendedoras	80
22	Fortalezas en conocimientos de las mujeres emprendedoras	81
23	Debilidades en las actitudes de las mujeres emprendedoras	82
24	Debilidades en las habilidades de las mujeres emprendedoras	83
25	Debilidades en conocimientos de las mujeres emprendedoras	84
26	Debilidades según las mujeres emprendedoras	84

## INDICE DE ANEXOS

<b>Anexo</b>		<b>Página</b>
1	Pauta grupos de discusión	102
2	Entrevista a informantes claves	103
3	Cuestionario panel de expertos	104
4	Ficha descripción de programas estatales de apoyo a mujeres en agroturismo	105
5	Encuesta a mujeres emprendedoras	106
6	Informantes Claves	110
7	Panel de expertos	111
8	Conceptos utilizados	112

## 1 INTRODUCCION

Para conocer en que contexto se formula este tema de investigación y su importancia, hay que comprender y unir tres elementos fundamentales: el primero, que se refiere a la situación actual de las mujeres rurales, el segundo al agroturismo y finalmente el tema de las capacidades emprendedoras.

En primer lugar, la mujer rural históricamente ha realizado una gran labor al interior de la explotación agropecuaria, ella trabaja en su triada de roles: labores domésticas y reproductivas; labores económico-productivas y tareas comunitarias. El trabajo que ella realiza permanece en la invisibilidad de las estadísticas formales, o a la sombra de ellas, lo que hace que en la mayoría de los casos no reciba remuneración en sus tareas y su trabajo no sea valorado. Sin embargo, esta situación está cambiando y según lo establecen los resultados de algunos programas estatales en apoyo a la mujer rural, la mujer está cambiando de pasiva a activa en la actividad productiva y está asumiendo más participación y liderazgo en el medio rural.

Por otro lado está el agroturismo, como nuevo negocio, que intenta proporcionar un complemento a las actividades agrícolas tradicionales. En Chile esta actividad está creciendo significativamente y se hace necesario velar por la calidad y la sustentabilidad de estas iniciativas a largo plazo.

Es en el agroturismo donde la participación de la mujer es primordial y reconocida, pues ella es la anfitriona y tiene la tarea de entregar al visitante todos sus conocimientos aplicados en gastronomía, artesanía, repostería, medio ambiente, entre otras.

Aunque la participación de las mujeres en agroturismo es relativamente alta en nuestro país, es muy latente la necesidad de

contar con las herramientas necesarias para desempeñar esta labor de manera eficaz, de esta forma, lograr que sus emprendimientos sean rentables y competitivos. Si a esto le sumamos la difícil situación que enfrenta nuestra economía regional y principalmente la agricultura, se hace evidente la necesidad de optar por actividades que contribuyan a generar recursos complementarios y rentables.

Aquí es donde podemos unir los tres elementos antes mencionados: Las mujeres rurales al mejorar sus capacidades emprendedoras pueden desarrollar en forma sustentable el agroturismo y de esta forma contribuir al éxito de sus emprendimientos.

Para poder desarrollar toda esta temática se planteó la siguiente hipótesis:

- Las mujeres responsables de iniciativas de agroturismo, debido a su nivel educacional, poseen un bajo nivel de desarrollo de sus capacidades emprendedoras.

Limitantes de la investigación

En esta investigación no se toma en cuenta la variable tamaño del predio, ni la variable cultural de las mujeres incluidas en la muestra.

Inicialmente se pensaron incluir 7 redes de turismo rural en la investigación, pero una de las redes se descartó por poco interés y disponibilidad por parte de sus socios. Por último la Red cooperativa los Petanes, fué cambiada por la Red doña Cotty.

El objetivo general y los específicos son los siguientes:

Objetivo General: identificar y evaluar el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales encargadas de iniciativas de agroturismo en la X Región de Los Lagos y proponer lineamientos, con el fin de desarrollar sus capacidades emprendedoras y contribuir al éxito de sus negocios.

Objetivos Específicos:

- Caracterizar a las mujeres emprendedoras y a sus negocios agroturísticos.
  
- Determinar las capacidades, habilidades y actitudes necesarias de las mujeres rurales para llevar a cabo iniciativas exitosas en agroturismo.
  
- Determinar las principales fortalezas y debilidades de las mujeres rurales en relación a sus capacidades emprendedoras.
  
- Identificar y caracterizar las Instituciones de Gobierno y los programas que apoyan al agroturismo y que aportan al desarrollo de sus capacidades emprendedoras.
  
- Proponer lineamientos, a partir tanto, de la percepción de las mujeres como de los informantes claves, acordes a las necesidades detectadas en el área de estudio para fomentar sus capacidades emprendedoras.

## 2 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 Evolución y situación actual de la mujer rural a nivel mundial.

El mundo rural está experimentando cambios muy profundos en las últimas décadas, cambios que tienen que ver con su rol productivo en la sociedad global de la que forma parte, con su función social y con el significado y sentido que tiene en el imaginario colectivo. Quizás el rasgo más claro de esta transformación es la pérdida de centralidad que la actividad agraria tiene en estas dos dimensiones de la identidad rural: la económica y la simbólica. Las mujeres son a la vez artífices y receptoras de este proceso de cambio. Ellas han estado y están en el centro del mismo, y lo han hecho, desplegando estrategias tendientes a aumentar sus cuotas de participación, responsabilidad y poder social (Sampedro, 2002).

Si analizamos la situación de la mujer en forma retrospectiva se puede establecer que esta adquiere resonancia pública a partir de 1975, año en que se inicia el decenio de las Naciones Unidas para la mujer, bajo el lema: Igualdad, Desarrollo y Paz y se comienzan a llevar a cabo algunos esfuerzos por parte de los gobiernos del mundo y de las organizaciones comprometidas con el desarrollo en esta materias (Errázuriz, 1992).

La concepción de un desarrollo humano más integral desplazó la preocupación central desde la simple generación de riqueza hacia un interés más general y primordial, como es, el bienestar de la población. Esta mayor preocupación por la persona y su entorno general ha llevado a resaltar los elementos esenciales que intervienen en la calidad de su vida. Surge entonces la familia como una unidad clave en este planteamiento, por cuanto es el núcleo básico en torno al cual gira la vida social del hombre. Es por ello importante, el conjunto de valores, creencias y conceptos que orientan su comportamiento, así como los roles establecidos para sus distintos miembros (Errázuriz, 1992).

Esta visión focalizada en la familia, donde la mujer tiene un rol protagónico, ha constituido un gran avance en el conocimiento de los problemas de la mujer en general y de la mujer rural en particular, y en la identificación de estrategias de acción, lo que llevó a que se impulsaran una serie de estudios e investigaciones sobre esta cuestión. Las conclusiones centrales de estos estudios resaltan que las áreas rurales se han visto desfavorecidas en términos de inversión y de creación de oportunidades de empleo, y que en general las políticas agrícolas han tenido un efecto negativo para los productos en que tradicionalmente se especializa la economía campesina (Valdés, 1995). Sin embargo, a nivel mundial hoy día, después de 30 años de la Declaración del Año Mundial de la Mujer en 1975, continúa la preocupación 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).

El escenario que se describe en el párrafo anterior fue ratificado en el III Congreso Mundial de Mujeres Rurales, celebrado en España en Octubre del 2002. En él se reconoció que las desigualdades de género no sólo siguen existiendo (a pesar de que se ha avanzado en el tema), sino que también limitan el desarrollo personal de las mujeres rurales y más aún el de los países, en temas tan centrales como la pobreza y la seguridad alimentaria en el mundo (Mansilla, 2003). En el mismo Congreso se declaraba, que el desarrollo sostenible, gran desafío para el siglo XXI, sólo podrá ser alcanzado en la medida que se incorpore plenamente a la mujer rural en los programas de apoyo de los gobiernos (Mansilla, 2003).

**2.1.1 Enfoque de género.** Cuando se habla de género se refiere a la forma en la que una sociedad construye, elabora y se representa lo "femenino" y lo "masculino", a partir de un dato biológico que se refiere al sexo de los individuos (Sampedro, 2002).

A partir de este dato biológico (el sexo), la sociedad elabora lo femenino y lo masculino dotando a cada individuo de unas características intelectuales y morales, de unas obligaciones y funciones sociales diferentes y también de un poder social distinto (Sampedro, 2002).

Uno de los elementos fundamentales del proceso de socialización es aprender a ser hombres y mujeres. Desde que nacemos absorbemos información sobre este particular, que va mostrándonos cómo debemos sentir, pensar, reaccionar ante distintas situaciones y que actividades son o no son adecuadas a nuestra identidad de género (Sampedro, 2002). Por ser una construcción social (y no natural como el sexo), está sujeto a modificaciones históricas, culturales y aquellas que se derivan de cambios en la organización social. El género es una categoría básicamente relacional, es decir, que busca dar cuenta de las relaciones sociales entre hombres y mujeres, las cuales también son históricas y culturalmente constituidas (Sampedro, 2002).

La teoría de género surge en los años ochenta, con posterioridad a las teorías del patriarcado y utiliza la diferencia entre sexo y género como herramienta heurística central. Busca recoger la diversidad en los modos en que se presentan las relaciones de género al interior de las distintas sociedades y, a la vez, dar cuenta de la identidad genérica tanto de hombres como de mujeres (PNUD, 2000).

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2000) el análisis de género es estratégico para el desarrollo de proyectos agrícolas sustentables. Básicamente, porque permite explicar y comprender el impacto de las relaciones que se establecen entre los integrantes de un sistema productivo sobre:

- Las formas como se organiza, administra y se acumula este sistema.
- Las funciones o roles productivos y de gestión que realizan o pueden realizar sus integrantes.
- Las decisiones productivas y reproductivas que se priorizan.

- Las respuestas que elaboran sus integrantes a las demandas internas de sobrevivencia y a las demandas del contexto socioeconómico y político.

Definido desde una lógica de sistemas, el enfoque de género se incorpora a la planificación y ejecución de proyectos como un camino transversal que cruza los objetivos de desarrollo silvoagropecuarios.

El enfoque de género se visualiza como una herramienta de análisis que permite (PNUD, 2000):

- articular e incorporar a proyectos de desarrollo agrícola, las capacidades (técnicas, laborales, etc.) y los roles (productivos y gestión) que realizan o pueden realizar los sujetos que conforman una unidad productiva familiar campesina en forma equitativa.
- una mejor articulación de los recursos humanos, de los roles y de las capacidades de cada uno (administrativas, técnicas, etc.)

**2.1.2 Mujeres y desarrollo rural.** En los últimos años se ha llevado a cabo un gran esfuerzo para lograr la coparticipación de la mujer en todas las esferas del desarrollo rural (Lorés, 2000).

Las mujeres rurales han pasado a ser elementos dinamizadores de primer orden en su medio. Esta tarea no ha sido únicamente fruto del esfuerzo femenino sino que a lo largo de los años se han producido grandes transformaciones en la cultura dominante. Tres han sido los modelos o estrategias que se han seguido para avanzar en la incorporación de las mujeres al desarrollo: la equidad de género, la transversalidad y el empoderamiento, entre otros (Lorés, 2000):

- la equidad de género, se engloba en lo que llamamos enfoque MED (Mujer en el desarrollo), y es el que han seguido los movimientos feministas en su lucha por la igualdad de derechos para la mujer. Su estrategia ha consistido en implementar mecanismos mediante los cuales se favoreciese su incorporación al desarrollo. Así se han creado las instituciones especializadas en la Mujer, y sus homólogos, los Departamentos de la Mujer en diversos sindicatos y organizaciones profesionales agrarias.

- la transversalidad o mainstreaming, alude al conjunto de estrategias que tratan de integrar la perspectiva de género en el conjunto de todas las políticas e instituciones con el objetivo de garantizar la igualdad real de oportunidades para mujeres y hombres. Tiene la gran ventaja de que introduce la perspectiva de género en todas las políticas garantizando la no discriminación de una forma muy efectiva.
- el empoderamiento, es el proceso mediante el cual se produce un acceso a los recursos y un desarrollo de las capacidades personales para poder participar activamente en la modelación de la propia vida y de la comunidad en términos sociales, económicos y políticos. Se trata de potenciar la capacidad de las mujeres para incrementar la autoconfianza y poder influir decisivamente en las transformaciones. Desde esta perspectiva, se apoyan proyectos que generen recursos que sean controlados por las propias mujeres, y se crean espacios donde las mujeres desarrollan su capacidad de decisión trasladable a la esfera privada y comunitaria.

## **2.2 Mujeres rurales en Chile.**

En Chile, el Estado ratificó, en Diciembre de 1989, la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la mujer, que ya había sido aprobada por la asamblea de las Naciones Unidas diez años antes. Con esto, el país se comprometió a adoptar las medidas necesarias para eliminar la discriminación contra la mujer, en todas sus formas y manifestaciones (Valdés, 1995).

Ante este nuevo escenario, el Presidente de la República presentó, en 1995, como una política de gobierno, el Plan de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres y en 1997 se entregaron al país las propuestas de "Políticas de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres Rurales" (Valdés, 1995).

Actualmente existen 2 instancias gubernamentales que concentran la acción del estado hacia las mujeres: el Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM y la Escuela de la Mujer de la Fundación para la Promoción y Desarrollo de la mujer, PRODEMU. La misión del primero es

colaborar con el Poder Ejecutivo en el diseño y coordinación de políticas públicas que pongan fin a los niveles de discriminación que afectan a las mujeres en los ámbitos familiar, social, económico, político y cultural, con ello lograr que todo el aparato público, desde el Ministerio más importante al más pequeño de los servicios, incluyendo los Gobiernos Regionales, las municipalidades, las empresas estatales, consideren los intereses específicos de las mujeres en su planificación, presupuesto, estadísticas y acciones (Valdés, 1995).

La Fundación PRODEMU tiene por misión "Contribuir, apoyar y estimular el desarrollo integral de mujeres en situación de pobreza, mediante una propuesta socio-educativa que considera la construcción e implementación conjunta de procesos y acciones, con perspectiva de género, para el mejoramiento de su calidad de vida y el pleno ejercicio de la ciudadanía".

PRODEMU es la única institución del ámbito de las políticas sociales cuya misión y acción está dirigida preferentemente a mujeres en situación de pobreza.

Por otro lado, lo rural puede ser definido como "el espacio en el que se verifica un conjunto de relaciones entre quienes habitan y/o trabajan en relación con la tierra" (Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM, 2002). En Chile, este espacio está caracterizado por su heterogeneidad y multiplicidad, debido, tanto a diferencias agroecológicas como culturales e históricas.

Una comparación entre los dos últimos censos (1992-2002) muestra notables diferencias: la población urbana de Chile aumentó en 17,1% (13.044.221 habitantes), mientras que en el área rural, disminuyó en 9.1% (2.006.120 habitantes) (Chile, Instituto Nacional de estadísticas INE, 2002).

Dentro de esta población rural actual y desde el punto de vista económico es posible distinguir nueve grandes categorías de mujeres rurales (Cuadro 1). Estas categorías pueden ser complementarias y no excluyentes (SERNAM, 2002).

CUADRO 1. Categorías de mujeres rurales en Chile.

CATEGORIA	DESCRIPCION
<b>Productoras no intensivas</b>	No trabajan la tierra directamente, pero compran insumos, cuidan los huertos familiares y la ganadería mayor.
<b>Productoras intensivas</b>	Realizan las tareas anteriormente señaladas, pero además trabajan en el predio y toman decisiones como jefa de explotación o como familiar no remunerado.
<b>Habitantes rurales</b>	No tienen tierra y venden su fuerza de trabajo generalmente en la rama de servicios.
<b>Mujeres vinculadas a la pesca</b>	Realizan tareas asociadas a la pesca y a la recolección de algas, en forma asalariada (temporeras o permanentes) o en forma independiente.
<b>Asalariada agrícola permanente</b>	Venden su fuerza de trabajo en forma permanente.
<b>Asalariada agrícola temporal</b>	Trabajan principalmente en la cosecha, procesamiento y empaque de fruta de exportación, flores, y en algunos casos de subproductos de la pesca. Fenómeno en aumento desde la década de los 80. Pueden vivir o no en zonas rurales.
<b>Artesanas</b>	Trabajan en la producción y comercialización de artesanías (textiles, alfarería, cestería, etc)
<b>Microempresarias</b>	Participan en forma individual o asociada en la producción y comercialización de productos de procesamiento agroindustrial (mermeladas, conservas)
<b>Recolectoras</b>	Dependiendo de las zonas geográficas, se dedican a la recolección y venta de frutos o productos que crecen en forma silvestre (hongos, moras, etc.)

FUENTE: SERNAM, 2002

Según estudios regionales, como el realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID (1997), es posible concluir, en relación a la situación de las mujeres rurales en Chile que:

- El aporte del trabajo de las mujeres rurales es decisivo para mantener a la familia fuera de la pobreza.
- Si se lograra de las mujeres rurales una participación en las economías agropecuarias, su aporte dejaría de ser marginal.

- Las mujeres rurales juegan un papel fundamental en la puesta en práctica de estrategias de sobrevivencia en el ámbito rural, ya sea por sustitución (reemplazan a los hombres) o por diversificación de actividades.

Según explica una investigación de la FAO (2000), la tasa de participación nacional de las mujeres rurales durante el 2000, fue de 24,4%, porcentaje que equivale a casi la mitad de la tasa de actividad de las mujeres en las zonas urbanas. Sin embargo, esta cifra no refleja todo su trabajo, ya que en general las encuestas de hogares subestiman la actividad económica de las mujeres, especialmente la de las recolectoras (FAO, 2000).

La misma investigación muestra que las mujeres que pertenecen a hogares bajo la línea de la pobreza se desempeñan en mayor proporción en actividades agrícolas, que son siempre las peor remuneradas (FAO, 2000).

Ahora bien, desde una perspectiva de género, las principales características de las mujeres rurales en Chile son:

a) Con respecto al salario: el salario de la mujer siempre es más bajo que el del hombre y el acceso a oportunidades de empleo también es menor. Por estas condiciones, no resulta extraño el fenómeno llamado la "feminización de la pobreza", ya las mujeres responsables de hogar están sobre representadas en los grupos de pobres e indigentes, no por ser mujeres (sexo) sino por la discriminación y segregación económica de que han sido objeto. La pobreza de la mujer está relacionada directamente con la ausencia de oportunidades y autonomía económica, el bajo acceso a la propiedad de la tierra, al derecho a la herencia, al crédito, falta de acceso a la educación y servicios de capacitación y con una mínima participación en el proceso de toma de decisiones.

Durante el 2000, el promedio de ingresos de las mujeres en la agricultura llegó a los \$94.557, mientras que el de los hombres alcanzó a \$134.748 (42,5% más). Quienes están sobre la línea de la pobreza están concentradas, en primer lugar, en el área de servicios o del

comercio, actividades con mayor nivel de remuneración (FAO, 2000).

Las mujeres también trabajan en actividades hortícolas, generalmente de cultivos tradicionales. Participan además, como lo reseñan los 18 estudios de país realizados en 1994 por el Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola (IICA) y el BID, en casi todas las labores productivas de los cultivos básicos, es decir, desde la siembra hasta la venta del producto. Sin embargo, esa participación económica no se ha reflejado en políticas y programas que las apoyen para salir adelante (Martínez y Pérez, 2001).

Por la falta de posibilidades de encontrar trabajo en el campo y por la estructura de la tenencia de la tierra, los hijos e hijas de pequeños agricultores se ven obligados a salir de sus áreas e intentan buscar trabajo en las ciudades. En Chile, la escasez de trabajo en las zonas rurales afecta sobre todo a las mujeres jóvenes las que debido a su escasa capacitación se insertan en ocupaciones de bajos salarios y de gran inestabilidad: como empleadas domésticas o vendedoras ambulantes (Comisión Económica para América Latina, CEPAL, 1998).

b) En relación a la escolaridad: en relación al promedio 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 descenso del analfabetismo ha sido lento en la última década: en 1990, la tasa de analfabetismo de las mujeres rurales fue de 13.9% y en el 2000 alcanzó a un 12.3% de las mujeres mayores de 15 años (SERNAM, 2002).

c) En relación a la migración: en cuanto a la composición por sexo y edad de la población rural, existen menos mujeres que hombres en el campo. La pirámide demográfica de la población rural permite afirmar la existencia de una mayor migración de mujeres que de hombres, sobre todo en edades más jóvenes. Este hecho queda demostrado al considerar que en el año 2000, a nivel nacional, el 48.4% de la población rural estaba constituido por mujeres, mientras que en zonas urbanas esta proporción era del 51.4% (SERNAM, 2002).

d) En relación a la fuerza de trabajo: el análisis de la distribución de la PEA (población económicamente activa) 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 en la agricultura se debe a la industrialización de la producción agraria en Chile (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación, FAO, 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 misma contabilizan el número de horas de trabajo femenino diario en el campo. Muchas veces las actividades propias femeninas son subvaloradas 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 de Caracterización Socioeconómica Nacional, 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).

e) En relación al acceso al crédito: la falta de acceso al crédito, por parte de la mujer, forma parte de un problema más global: la inadecuada disponibilidad de crédito para las micro y pequeñas empresas. Pero a las mujeres se les presentan además, otros obstáculos en la obtención del crédito. Este problema se ha ido agudizando en la medida de que producto de la migración, ellas se hacen cargo de las unidades productivas. El temor a endeudarse, el mayor nivel de analfabetismo, la habitual exigencia de un monto mínimo de crédito que sobrepasa sus requerimientos, el desconocimiento de las fuentes de crédito, la orientación de los programas de capacitación hacia los hombres, la falta de garantías al no ser propietarias, o no tener amistades que les avalen, constituyen aspectos que dificultan el acceso al crédito especialmente de las mujeres. La limitada participación de las mujeres en asociaciones y cooperativas campesinas constituye otro

obstáculo para el acceso al crédito, ya que les resta posibilidades de obtener información crediticia. No existen políticas diseñadas que les permitan tener acceso a recursos productivos como tierra, crédito, tecnología, asistencia técnica (Martínez y Pérez, 2001).

El caso de las mujeres responsables de hogar es todavía más difícil, porque además de tener la responsabilidad total de las labores productivas, tienen las reproductivas y domésticas que le consumen entre 4 y 6 horas diarias. Estudios como los del BID señalan que las mujeres tienen en sus hogares más familiares dependientes y menos ayuda con la carga económica, lo que implica una intensificación de su trabajo (Martínez y Pérez, 2001).

La razón principal de las desigualdades de género se manifiesta en la rígida división sexual del trabajo, donde el mundo de lo privado corresponde a la mujer y el público al hombre (Pérez y Campillo, 2000).

f) posesión de bienes: otro aspecto importante a considerar 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 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).

g) acceso a los recursos productivos: las desigualdades en la distribución, el acceso, el uso y el control de los recursos productivos, tales como trabajo, tierra, capital, información, nuevas tecnologías, recursos naturales y vivienda, explican las limitaciones que enfrentan las mujeres para generar ingresos y, en especial, para emprender iniciativas empresariales y obtener beneficios acordes con los aportes que realizan, así como para incorporarse a los procesos de movilidad ascendente. Las desigualdades existentes en el ámbito laboral

se repiten en lo que respecta al acceso al crédito y al sistema financiero, lo que impide a las mujeres desplegar sus capacidades de emprendimiento. El crédito ocupa un lugar crucial en el desarrollo económico de los países, ya que de él se espera obtener mejoras de competitividad, ingresos, dinamismo, crecimiento y generación de empleo expectativas que no son diferentes en el caso de las mujeres, para quienes el crédito tiene usos y potencialidades similares a las que ofrece a la economía en su conjunto (FAO, 2000).

Tradicionalmente, el sistema financiero no ha reconocido a las mujeres como sujetos de crédito y sólo muy recientemente las ha empezado a considerar como un "segmento de mercado", asociado al micro financiamiento. Los créditos concedidos a las mujeres para micro emprendimientos son de monto reducido y, en general, sólo permiten solucionar problemas puntuales de insumos, mercadería y reparaciones, pero no desarrollar actividades productivas de mayor alcance. Debido a esta práctica, las microempresarias se ven imposibilitadas para tomar decisiones estratégicas de crecimiento a largo plazo, ya que las instituciones crediticias solo financian actividades de consumo que no permiten generar flujos futuros. De ahí que los créditos solicitados por las mujeres sigan teniendo un carácter "estabilizador" de su situación marginal (FAO, 2000).

En Chile, los datos de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) muestran que entre los años 2001 y 2003, el 64% de las personas que tenían deudas con el sistema bancario chileno eran hombres, mientras que el 36% restante correspondía a mujeres. Al distinguir por tipo de deuda –créditos comerciales, de consumo e hipotecarios–, estas proporciones entre hombres y mujeres se mantienen (Ministerio de Economía, 2003).

Con respecto a las proporciones de endeudamiento de las mujeres, el 68% del total de pasivos corresponde a créditos hipotecarios, el 22% a créditos comerciales y solo el 10% a créditos de consumo. Los hombres, por su parte, mantienen este orden de prioridades, pero sus proporciones son levemente mayores que las de las mujeres. En el caso

de los créditos comerciales, las mujeres presentan un endeudamiento inferior al de los hombres en un 10%. Por lo tanto, la creencia de que las mujeres adeudan montos comerciales "considerablemente" menores que los hombres, no sería sostenible (Ministerio de Economía, 2003).

El 50% de las operaciones crediticias son realizadas por mujeres propietarias de empresas que se caracterizan por sus bajos activos y niveles de venta (Ministerio de Economía, 2003). Estas microempresarias utilizan los créditos para cumplir objetivos de corto plazo, es decir, para amortiguar problemas de flujo de caja o superar insuficiencias puntuales de equipamiento o insumos, y pagan por estos préstamos altas tasas de interés en comparación con otras carteras del sistema financiero formal. Al analizar las tasas de interés según sexo, no se observa una diferencia significativa entre hombres y mujeres, si bien existe un leve sesgo a favor de los microempresarios hombres. Esta ligera disparidad puede ser un reflejo del énfasis que ponen los criterios de evaluación en la antigüedad, los activos fijos y las ventas mensuales, aspectos que claramente desfavorecen a las mujeres (FAO, 2000).

**2.2.1 Roles de la mujer rural en Chile.** La vida de las mujeres rurales se estructura en torno a una serie de actividades y/o tareas: las domésticas y de reproducción familiar; las económico-productivas, y las actividades comunitarias o sociales. Ellas realizan estas tareas en condiciones mínimas, tanto al interior del hogar como en el ámbito comunitario. La falta de electrificación, servicios de agua potable, alcantarillado y un deficitario equipamiento doméstico, les significan una notable sobrecarga de trabajo. Esto se acentúa aún más por el deficiente acceso a los servicios y beneficios sociales, como atención en salud y seguridad social, entre otras (Valdés, 1995).

Aún así, coexisten tanto las asalariadas agrícolas que acceden a trabajos temporales o permanentes, como las campesinas, que trabajan en la producción agropecuaria familiar, ya sea como jefas de explotación a cargo de la producción y gestión predial o como familiar no remunerado. Muchas de ellas realizan ambos tipos de trabajo paralelamente o en distintas épocas agrícolas (Valdés, 1995).

2.2.1.1 En la economía reproductiva. Aunque la economía mercantil monetaria no lo reconoce, las mujeres rurales juegan un papel determinante en el funcionamiento de las familias, como unidad de acumulación, producción y consumo. Las actividades relacionadas con la reproducción, la crianza y la educación de los hijos, la preparación de alimentos y el cuidado de la casa, son funciones fundamentales a nivel micro y macroeconómico (Padilla, 2000).

La mujer contribuye al ahorro familiar y aporta capital de trabajo para las unidades campesinas, precisamente a través de las llamadas "actividades secundarias", no contabilizadas por lo general en la economía agropecuaria (Padilla, 2000).

La lógica que rige la producción y manejo de los ingresos provenientes del huerto, de la crianza de animales menores, de la elaboración y venta de productos alimentarios caseros, y del trabajo artesanal, responde precisamente a dos necesidades: la de generar y mantener siempre un fondo de reserva que permita a la familia hacer frente a los malos tiempos; y aportar capital de trabajo para garantizar la producción de los diferentes subsistemas: compra de insumos, semillas, alquilar arado, fertilizantes, entre otros (Padilla, 2000).

Esta mayor capacidad de ahorro relativa que muestran las mujeres respecto de los hombres esta relacionada con los distintos patrones de uso y manejo de los ingresos. Mientras que las mujeres priorizan la satisfacción de las necesidades básicas del grupo familiar, los hombres incluyen dentro de estas prioridades la satisfacción de sus propias necesidades, en especial el consumo de alcohol (Padilla, 2000).

Las mujeres se ocupan de la seguridad alimentaria y de mejorar el estado nutricional de los integrantes de sus familias. Hoy, en el mundo rural, un 20% de los hogares tienen una mujer como jefa de familia y única proveedora (CEPAL, 1998).

2.2.1.2 En la economía productiva. Contrariamente a lo que se cree, los estudios demuestran que las mujeres rurales participan activamente en las actividades agropecuarias, y que esa participación, especialmente en las pequeñas unidades de producción, es permanente (Padilla, 2000).

Esa participación contribuye significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) sectorial. De hecho, la magnitud de la Población Económica Activa (PEA) Agrícola femenina es mayor a lo que las estadísticas oficiales registran (CEPAL, 1998).

A pesar del crecimiento sostenido que ha experimentado la PEA Rural femenina en el marco del proceso de apertura comercial y reestructuración del agro nacional, las mujeres siguen trabajando bajo las categorías ocupacionales más precarias: "asalariadas temporales y ayudantes familiares no remuneradas" (CEPAL, 1998).

En el sector moderno de la agricultura de exportación-fruticultura, las mujeres rurales representan más del 50% de la fuerza de trabajo (Valdés, 1995).

En un comienzo, con la expansión de la fruticultura, fueron motivaciones económicas las que llevaron a la mujer a buscar trabajo, ya que existía una alta cesantía masculina. Hoy se agregan motivaciones tales como el de disponer dinero propio para otorgar mayores años de escolaridad a sus hijos, mejorar su infraestructura hogareña, mejorar la calidad de vida y salir de la rutina del hogar, entre otras (Padilla, 2000).

Este ha sido un importante cambio. De ser un tipo de mano de obra secundaria, hoy la mujer rural se ha constituido en un actor laboral estructuralmente integrado a la producción para el mercado interno y la agricultura de exportación (Padilla, 2000).

2.2.1.3 En las actividades comunitarias. Las mujeres rurales son agentes importantes de organización de la comunidad, gestoras de servicios básicos y de la preservación del medio ambiente. Ellas se han

perfilado como agentes importantes en la organización de las comunidades para gestionar servicios básicos, tales como luz, agua, pavimentación, salud, escuelas, regularización y dominio de la tierra (Padilla, 2000).

Debido a su importancia, tanto económica como social, las políticas y herramientas en ayuda a la no-discriminación de la mujer y a su integración al Nuevo Mundo Rural se han dirigido principalmente hacia las campesinas y las asalariadas agrícolas. En especial a las campesinas, por su participación en la unidad productiva como gestionadora de recursos e innovadora de la producción, su capacidad de adaptarse a las nuevas exigencias y su apertura para incorporar tecnologías alternativas (Padilla, 2000).

### **2.3 Agroturismo y desarrollo rural.**

El Ministerio de Comercio y Turismo de España (1994) define turismo rural como "una oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en el medio rural, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en contacto con la naturaleza y con la gente local". De esta definición podemos extraer las singularidades de esta forma de turismo: en primer lugar con respecto a la oferta, cuyos componentes fundamentales son la naturaleza y la cultura local (en este caso rural); con respecto a la demanda, la particularidad estriba en que la compone la población urbana.

En cuanto al producto, es evidente que la propia esencia de esta modalidad turística es no ser un producto estandarizado, sino una actividad compleja y con facetas múltiples (Marchena, 1991).

En Chile turismo rural se ha definido como un conjunto de actividades turísticas que se realizan en medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a este conjunto de actividades, el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo (Patri, 1998).

En sentido amplio las empresas de turismo rural no se diferencian de modo sustancial de cualquier otra empresa turística y en todo caso una de las características que las define es su localización: el medio rural. Otro elemento diferenciador es el carácter activo de cualquiera de sus formas (Marchena, 1991).

Según Martínez (1998), el turismo rural se caracteriza por ser un turismo deseado y controlado por la gente de la localidad que lo desarrolla, es de encuentro y donde se comparten experiencias de vida de la Comunidad, y por tanto es un turismo:

- de iniciativa local, que se basa en la capacidad que tiene el habitante rural para dar a conocer sus aspectos culturales y costumbristas.
- de gestión local, en donde las empresas de pequeños productores agrícolas pueden desarrollar interesantes estrategias de administración de las iniciativas de turismo rural ya que es un turismo de empresas pequeñas o medianas, en donde el elemento central y esencial es el hombre mismo.
- con efectos locales, esto significa que diversifica e incrementa los ingresos de los pequeños productores agrícolas y sus familias como también genera nuevas alternativas de empleo, especialmente para el joven y la mujer rural.
- que valoriza la cultura local, el estrechar los vínculos con los turistas que buscan conocer formas de vida o costumbres distintas a las cuales ellos están habituados provocando en la población residente un sentimiento de orgullo y deseo de preservarlas, situación positiva, especialmente para las culturas tradicionales que corren riesgo de ser absorbidas o reemplazadas por prácticas tomadas de otras culturas.
- definido por los paisajes locales, ya que cuenta con un variado número de recursos naturales y socioculturales como amplios espacios de tranquilidad y reposo, paisaje atractivo, importante patrimonio arquitectónico y urbanístico, etc.

Algunos autores han señalado que el turismo rural es una de las pocas actividades económicas en que la mayor responsabilidad de la

gestión está en manos de mujeres (Rivas, 1999). Según Szmulewicz (1998) en los casos de Portugal, Francia, España la empresa familiar de turismo rural está mayoritariamente gestionada por las mujeres de esas familias.

Según Caballé y Rivera (1996), el crecimiento de la demanda de turismo rural debe situarse dentro del amplio fenómeno de concientización y reivindicación ecológica que viven las sociedades avanzadas y altamente urbanizadas del siglo XXI. Es un fenómeno en respuesta al proceso general de degradación medioambiental a escala planetaria y de marginación de lo urbano.

Según Marchena (1991), existirían cinco razones principales del incremento de la demanda por Turismo Rural. Entre ellas: valoración de parte de la población por el medio ambiente, insatisfacción por el turismo tradicional, aumento de la promoción por las áreas rurales, mejoras en los accesos a las zonas rurales y diversidad de actividades alternativas a la congestión del mundo urbano.

El turismo rural comprende diversas modalidades de turismo que no son excluyentes; sino más bien complementarias, como por ejemplo (Martínez, 1998):

- Turismo aventura: que ofrece el entorno natural para el descubrimiento de sensaciones en la naturaleza, utilizando espacios que han sido poco explotados turísticamente (caminatas, descensos en balsas por los ríos, parapente, etc.).
- Turismo cultural: que utiliza los recursos naturales, históricos, costumbristas, etc., cuidando de su preservación y orientándose al mejor conocimiento de éstos (estudio de culturas indígenas, circuitos históricos, visitas a sitios de interés arquitectónicos);
- Ecoturismo: segmento turístico en el que se prioriza la preservación y conservación del espacio natural donde éste se realiza (observación de aves y flora).

El agroturismo, otro componente del turismo rural, se define como turismo que se lleva a cabo en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas (elaboración de productos, ordeñas, cosechas, rodeo, pesca, etc. (Martínez, 1998).

El agroturismo puede suponer un importante impulso para el desarrollo rural, si no como único motor de desarrollo, sí como elemento complementario de otras actividades de carácter tradicional como la agricultura, la ganadería, la artesanía y la pequeña y mediana industria (Rivas, 1999).

Según Donaire (1994), el agroturismo es una reacción de los consumidores a la oferta homogénea y no diferenciada del turismo tradicional.

El agroturismo está apoyado fundamentalmente en la actividad agraria de los espacios en los que se desarrolla, ya que son estos ámbitos los que han sufrido menos transformaciones ambientales y paisajísticas, aspecto que se ha convertido en la actualidad en un elemento clave y definitivo de la personalidad del propio Turismo rural. Es, además, esta actividad agraria la que ha contribuido a crear la identidad rural del espacio, ayudando a mantener y conservar sus tradiciones (arquitectónicas, gastronómicas, lingüísticas, etc.), gestionando los recursos naturales y evitando su degradación y abandono. En contrapartida, el turismo contribuirá al desarrollo económico de las explotaciones agrícolas diversificando sus rentas (García, 2003).

La demanda agroturística está, por lo general, formada por grupos. Los fines de los visitantes son de tipo recreacional, cultural o deportivo. Se desplazan por vía terrestre. Es principalmente turismo doméstico, aunque la integración de las vías de transporte entre países tiende a internalizarlo. Puede ser de excursión por el día, fin de semana o de vacaciones (CEPAL, 1998).

Según Calatrava (2001) el agroturismo puede llegar a ser más importante aún en el futuro y en determinados procesos de desarrollo rural. Según este autor, las siguientes serían las razones en las cuales se sustentaría su planteamiento:

- que el agroturismo, en cuanto a actividad económica, constituye un factor de supervivencia (o resistencia a la marginalidad en algunas zonas rurales) y desarrollo, tanto de la agricultura y de la ganadería como de la actividad forestal, pesca, etc.
- el mantenimiento de las actividades agrarias permite que se conserve el paisaje modelado por éstas (considerado actualmente como recurso económico y cuya demanda crece paulatinamente) así como todo el patrimonio histórico y cultural de las zonas rurales, cuya diversidad merece ser conservada: tipos de cultivos explotaciones, hábitats y arquitecturas. La agricultura ha proporcionado también un rico patrimonio etnológico (herramientas, maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, canterías, así como de una variada gastronomía popular, entre otras) que pueden tener un uso turístico.
- el agroturismo contribuye a la valorización de los productos locales, ya que la mayoría de los aficionados, demandan simultáneamente productos agrarios naturales o fabricados de forma artesanal, típicos de la región.
- el agroturismo contribuye a armonizar los intereses agrarios y la protección del medio ambiente, a través de una gestión integrada del territorio en la cual los agricultores han tenido y deben seguir manteniendo un protagonismo destacado. El agroturismo puede constituir para el agricultor una forma de remuneración de las inversiones que éste efectúa a favor de la gestión del medio ambiente para el beneficio de la colectividad.

Calatrava (2001) identifica los elementos más decisivos o determinantes del nivel de los resultados de la actividad agroturística en el medio rural:

- la capacidad de acogida y el nivel de ocupación deben ser suficientes para amortizar las inversiones realizadas.
- El nivel de precios debe ser competitivo para permitir el desarrollo y rentable para valorizar el trabajo y el capital invertidos.
- el trabajo turístico, de temporada, debe integrarse en el calendario de trabajo de la explotación.
- Debe controlarse la gestión y el control de los costes de operación y de estructura.
- las actividades turísticas deben ser desestacionalizadas al máximo y sacarlas de su contexto de temporada.
- la formación y las actitudes personales son importantes para desarrollar las actividades turísticas en la explotación.

#### **2.4 Agroturismo en Chile.**

En 1995 INDAP inició su Programa Nacional de Turismo Rural para apoyar esta nueva alternativa de agronegocios para la agricultura familiar campesina. En 1996 se apoyaron 11 iniciativas de proyectos entre la VI y X región. En 1997 los proyectos aumentaron, favoreciendo a 34 iniciativas (Hardy, 1997). Durante 1998 se apoyaron 26 nuevos proyectos, distribuidos entre la II región y la XII región y en 1999 se unieron 35 nuevas iniciativas (Patri, 1998).

De igual forma, producto de diversos programas gubernamentales, se ha impulsado un fuerte desarrollo de la oferta, esencialmente en el área de alojamiento. Es así como desde el año 1995 a la fecha el número de establecimientos de alojamiento rural ha aumentado considerablemente (Martínez, 1999).

Por su parte, el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), estima que el desarrollo del turismo rural debería ser uno de los principales campos de acción para promover el impulso de la actividad turística, especialmente en el exterior, producto de la diversidad paisajística y riqueza de la cultura en nuestro país (Arias, 1997).

Esta política se encuentra materializada en una serie de acciones que este organismo ha impulsado al respecto, entre ellos el Desarrollo

de la Estrategia de Fomento del Turismo Rural en Chile (Año 1996). Otros organismos públicos que están fomentando y apoyando el turismo rural y agroturismo en Chile son, entre otros: el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS), que entre 1990 y 1997 ha invertido 251 millones en el financiamiento de 42 proyectos de apoyo al turismo, de los cuales 24 corresponden a iniciativas propias del turismo rural (Díaz, 1997), la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), la Corporación de Fomento de la Producción, a través del apoyo a múltiples Profos (Proyectos asociativos) de turismo rural, la gran mayoría de los Municipios Turísticos del país y los Gobiernos regionales en cuyos territorios el turismo Rural se ha convertido en uno de los ejes prioritarios de desarrollo (Arias, 1997).

Según Rivas (1999), entre las tendencias favorables que se presentan para el desarrollo del turismo rural en Chile, están: valorización creciente de los ambientes naturales; cambios en las motivaciones de los turistas tradicionales; diversidad en los destinos; mayor conocimiento del consumidor acerca de la oferta; evidente saturación en destinos turísticos tradicionales; búsqueda de un turismo activo e individualizado.

"El crecimiento espectacular experimentado por el turismo rural en los últimos años, que se espera continuará en los próximos y la gran cantidad y variedad de proyectos públicos y privados en marcha, auguran periodos de importante generación de empleo y crecientes necesidades de recursos humanos y sobre todo su mayor calificación y especialización para enfrentar adecuadamente las demandas de una mayor calidad del turismo rural" (Szmulewicz, 2000).

Todo lo anterior genera un escenario en el cual se aprecia una actividad que esta surgiendo con mucha fuerza en el contexto nacional como es el turismo rural. Sin embargo hay muchas carencias que satisfacer y uno de ellos es la falta de alternativas de especialización en el tema.

Según Martínez (1999), hay que enfatizar la necesidad estratégica

de crear programas de formación y capacitación "con el objeto de estimular e incorporar capacidades en las personas que trabajan esta actividad o que ven en ella una interesante posibilidad de diversificar sus fuentes de ingresos, es necesario elaborar un amplio programa de formación y capacitación en distintos ámbitos del turismo rural, tanto para profesionales y técnicos vinculados al área agropecuaria y turística, de tal manera que puedan responder a las demandas y criterios de producción que requiere la nueva ruralidad".

## **2.5 Cultura emprendedora.**

Esta última década se ha visto caracterizada por el aumento masivo de lo que se denomina la "cultura emprendedora", una nueva manera de pensar en lo que antes se denominaba "self made man", aquel que se hacía solo creando su propia empresa o negocio. El trabajo por cuenta propia se convirtió en la alternativa privilegiada para grandes sectores de la población que van perdiendo el empleo en relación de dependencia y deben instrumentar ahora su propia fuente de trabajo. Empleo y trabajo, dos formas diferentes de encarar la vida laboral. Sin embargo, la actitud y la aptitud emprendedora predomina como valor, tanto es así que también a los que trabajan en relación de dependencia se les pide que sean emprendedores, es decir que puedan crear valor en su actividad dentro de la empresa, apelando a su creatividad, iniciativa y capacidad de respuesta frente a los nuevos desafíos (Nanning y Rivera 1992).

En esta perspectiva, la acción emprendedora empieza a ser considerada como una importante fuente de productividad en la cultura occidental (Flores, 2001).

**2.5.1 Concepto de emprendedor.** La noción de emprendedor tiene su origen en el vocablo francés *entrepreneur* y se remonta a 1755, año en el cual Richard Cantillon acuñó el término para designar a quienes eran capaces de asumir el riesgo y la responsabilidad de poner en marcha y llevar a conclusión un proyecto. De aquí surge la tipificación ulterior del emprendedor concebido como una persona decidida a cumplir sus utopías factibles. A su vez, Peter Drucker consigna que alrededor de 1800 el

economista Francés J.B. Say consolidó ese significado para la expresión entrepreneur (Toledo, 2001).

Diversos autores que en los últimos años han abordado esta temática concuerdan en el hecho que el emprendedor es: "una persona capaz de generar una nueva entidad u organización consiguiendo, combinando y coordinando recursos humanos, técnicos, materiales y financieros con miras al logro de determinados objetivos" (Flores, 1995).

En palabras más simples: emprendedor es la persona capaz de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta. El acto emprendedor se reconoce por las acciones concretas que hace el gestor y que son observadas por un tercero. Estas acciones crean más valor o riqueza al sistema social en que esta inserto (Rojas 1995).

Para Nannig y Rivera (1992), emprendedor es quien dedica tiempo y esfuerzos necesarios para crear algo diferente, con valor, asumiendo los riesgos financieros, físicos y sociales involucrados para lograr resultados, en términos de satisfacción personal y monetaria.

Nueno (1994) afirma que el emprendedor es una persona que percibe la oportunidad que ofrece el mercado y ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de dicha oportunidad. Debe tener confianza en su idea, debe tener una base de datos grande, debe tener una capacidad de convocatoria y de convicción mayor que el promedio, debe saber vender las ideas y debe sobre todo tener la capacidad de ofrecer resultados.

Flores (1995), plantea que emprendedor es aquella persona que inicia un proceso innovador; crea algo nuevo o le da un nuevo uso a lo ya existente, lo que tiene un impacto positivo en su calidad de vida, entendiendo por ésta el grado de bienestar psicosocial que percibe un sujeto de su vida, además del nivel de sus condiciones objetivas de soporte, como su acceso a bienes y servicios. Este será el concepto operativo de emprendedor que se utilizará en esta investigación.

El ser humano es emprendedor por naturaleza. Las personas están dotadas de habilidades o capacidades para iniciar acciones o actividades que le signifiquen mantener su vida, desarrollarse y alcanzar niveles de mayor bienestar. Estas habilidades constituyen un patrimonio o herencia propia de la especie, mediante las cuales el hombre ha desarrollado la sociedad humana, con todos sus defectos y virtudes (Nanning y Rivera 1992).

Es una realidad que no todos los adultos han contado con una familia y hogar estimulador y afectivo, que lo haya dotado en sus primeros años de vida de oportunidades y herramientas que le permitan contar con un bagaje eficaz para abordar los desafíos del mundo moderno: el cambio, la incertidumbre. Sin embargo, enfrentados a la posibilidad de emprender una actividad por cuenta y riesgo propio, se puede optar por hacerlo sólo e ir aprendiendo de la propia experiencia o invertir tiempo en aprender cuales son estos comportamientos para practicarlos en forma metódica y lograr mayor éxito en nuestros proyectos, minimizando así los costos económicos y el esfuerzo personal que requiere esta empresa (Nanning y Rivera 1992).

Según Flores (2000), los emprendedores están en sintonía con la naturaleza descubridora de la actividad humana, en la que establecen espacios de apertura que se mantienen ligados por estilos particulares. Por estar en este tipo de apertura (comprometidos con una desarmonía e instituyendo las prácticas a través de las cuales ésta se focaliza y concentra), los emprendedores contribuyen a reconfigurar las prácticas de su sociedad. Por lo tanto, cuando modifica el estilo de sub-mundos particulares o el estilo de la sociedad en general, el emprendedor induce el cambio social.

La innovación es la herramienta específica del emprendedor, puesto que emprender es la acción que transforma los recursos con miras de crear riqueza o una nueva situación de mayor complejidad y beneficios. Por ejemplo, crear un zapato o generar una institución social. En ambos emprendimientos se observa la combinación y transformación de recursos que dan como resultado algo distinto, elemento que tiene un nuevo valor para su gestor y la comunidad

(Manning y Rivera, 1992).

La innovación según Drucker (citado por Flores, 2000) es trabajo organizado, sistemático y racional. Para él los emprendedores necesitan buscar expresamente las fuentes de la innovación; los cambios y aquellos síntomas que anuncian la oportunidad para realizar una innovación exitosa.

Desde esta perspectiva, desarrollar las habilidades emprendedoras y tener un comportamiento eficaz, es la clave del éxito del emprendimiento (Flores, 1995).

Un emprendedor exitoso actúa en forma eficaz, produciendo estados de ánimo positivo en el otro, lo que genera un entorno favorable para alcanzar sus metas. Esta afirmación está sustentada en tres elementos: (Flores, 1995).

1. El emprendedor posee rasgos netos de su personalidad, que constituyen su perfil psicológico, el que lo impulsa a iniciar un proceso creador y transformador asumiendo un riesgo;
2. A este perfil se asocian ciertas conductas, que pueden ser entrenadas, los cuales influenciarían en el nivel de eficacia o resultado del emprendimiento;
3. El entorno del sujeto incide en la magnitud del emprendimiento; más y mejores oportunidades sociales, mejorarían las posibilidades de mayor calidad y sustentabilidad de las iniciativas.

Formarse y entrenarse como emprendedor eficaz es un proceso largo y complejo que requiere de un método y de la práctica de ciertos instrumentos. En primer lugar, se requiere desarrollar habilidades cognitivas, emocionales y sociales en los distintos niveles de educación y capacitación que tenga acceso y hacerlo en forma sistemática durante su desarrollo en la vida familiar y en su paso por el sistema de educación. En segundo lugar, estas habilidades necesitan

conocimientos y técnicas para que se expresen en conductas eficaces o en lo que denominamos destreza emprendedora. Esta destreza emprendedora, o capacidad emprendedora, es el resultado de la sumatoria de las habilidades naturales más conocimientos más técnicas y entrenamiento sistemático. Por otro lado todo empresario es emprendedor, pero no todo emprendedor es empresario (Flores, 1995).

Los emprendimientos en algunos casos se consolidan en una nueva organización cultural, social y económica denominada empresa, entendida como grupo de personas que comparte valores, tiene un sistema de trabajo común, genera un producto o servicio y recibe una recompensa económica por ello, entre otras (Centro Interuniversitario de Desarrollo, CINDA, 1994).

Si los beneficios económicos logran financiar las actividades de la organización entonces definimos que la empresa es sustentable. En este caso, se reconoce como empresario al gestor que emprendió y sustentó su iniciativa, la que se mantiene en el tiempo por la fuerza de sus propias acciones.

2.5.2 Características del perfil del emprendedor. Algunos estudios, han demostrado que los rasgos de creatividad, innovación y de asumir riesgos calculados definirían per se a todo perfil emprendedor y serían factores críticos del emprendedor de negocios. Esto diferencia el carácter emprendedor no el éxito. Otros perfiles de personalidad asociados a comportamientos sociales exitosos, por ejemplo un profesional destacado, se relacionarían más con habilidades y conocimientos técnicos específicos (Flores, 1995).

Existirían, además, otra serie de atributos que suelen estar asociados, en mayor o menor grado, al perfil emprendedor, aunque estas características se encuentran, también, en personas no emprendedoras, las que entrenadas o desarrolladas influirían en el nivel de éxito del emprendimiento (Flores, 1995).

El perfil psicológico del emprendedor está dado por los rasgos de

innovación y capacidad de tomar riesgos, asociados además con la:

- Autoconfianza y autoestima: es el reconocimiento en sí mismo de los valores, conocimientos, emociones y aptitudes innatas, lo que da a la persona el poder, la confianza y la tranquilidad para actuar y enfrentar desafíos.
- Motivación de logro: es la necesidad permanente de mejorar, planteándose nuevos desafíos personales con una fuerte decisión por alcanzarlos, desplegando el máximo de energía para emprender las acciones que conduzcan a las metas.
- Capacidad de planificación y organización: pensar antes de actuar, identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes para desempeñarse de manera de aprovechar las oportunidades y anular o disminuir las amenazas del entorno.
- Visión de futuro positiva y realista: es la capacidad de proyectarse positivamente visualizando oportunidades y amenazas para anticiparse generando acciones creativas que le permitan construir escenarios favorable a sus propósitos.
- Comunicación y generación de redes de apoyo: capacidad de generar estados de ánimo positivos en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos de apoyo para el desarrollo de sus proyectos o negocio. Es capaz de establecer vínculos con personas e instituciones que aporten a su progreso. Se manifiesta a través de técnicas de comunicación efectiva.

Sumado a lo anterior están la visión de futuro y habilidades productivas. Estas características se manifiestan en comportamientos, que si se practican deliberadamente se instauran en hábitos los que constituyen su patrón (Flores, 1995).

Los resultados de un estudio realizado el 2002, por la corporación internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), citado en

el estudio sobre la situación de la micro y pequeña empresa en Chile, (Chile, Ministerio de Economía, 2003) para un conjunto de 37 países de desarrollo elevado e intermedio. Según éste Chile es el tercer país más emprendedor de la muestra, pues uno de cada seis chilenos adultos esta participando como socio o gestor de actividades emprendedoras).

Este mismo estudio, define emprendedor como alguien que en los últimos doce meses ha estado movilizandoo recursos para la creación de un nuevo negocio (Chile, Ministerio de Economía, 2003).

Chile muestra alrededor de 1.5 millones de emprendedores (gestores o socios), lo que significa un número absoluto mayor que países mucho mas poblados como Japón, Francia o España (Chile, Ministerio de Economía, 2003).

Los autores Asún, Tapia y Bustamante (2001) determinaron un conjunto de seis ámbitos psicosociales (Cuadro 2) que se basan en uno o más conceptos psicológicos que deberían estar presentes en todo microempresario rural emprendedor. A través de estos indicadores se podrían evaluar las capacidades o potencial microempresarial en trabajadores agrícolas rurales y/o microempresarios rurales. Estos ámbitos psicosociales son:

- Autoeficacia
- Intereses Motivacionales
- Necesidad de logro
- Locus de control interno
- Autoevaluación
- Apoyo social familiar

CUADRO 2. Categorías psicológicas de un emprendedor.

Autoeficacia	<p>Se entenderá como la relación que una persona elabora en el cruce de distintos elementos: sus expectativas de logro hacia sus objetivos, las conductas dirigidas hacia el objetivo a alcanzar, y los resultados obtenidos.</p> <p>Una persona con una adecuada percepción de su propia autoeficacia, además de lo descrito anteriormente, elabora o construye una imagen positiva de sí mismo que le permitiría emprender empresas o proyectos.</p>
Intereses Motivacionales	<p>Conjunto de situaciones o actividades que incentivan a un sujeto tanto a comprometerse como a innovar en las tareas que emprende. De este modo, el microempresario rural encuentra no sólo motivación para resolver situaciones no previstas, lo mismo que las habituales y se orienta hacia posibilidades de cambio en su hacer potencialmente más efectivas. En el microempresario rural estos intereses debieran asociarse tanto al desarrollo de su empresa como a los proyectos que desde ésta desee iniciar o emprender.</p>
Necesidad de Logro	<p>Relación entre las motivaciones de logro de una persona y los fines y objetivos que requiere alcanzar y realizar para mantener su equilibrio psicoemocional y social. Así, un sujeto capaz de alcanzar las metas que se propone como también de orientarse para adquirir nuevas habilidades presenta un adecuado nivel de necesidad de logro.</p> <p>Esto, en el microempresario rural, es la necesidad de proyectarse a futuro, tanto en términos personales como en lo que tiene que ver con su familia y su empresa.</p>
Locus de control interno	<p>Capacidad de un individuo de percibir que sus propias metas y posibilidades a futuro dependen tanto de sus acciones como de actitudes y acciones personales en lo fundamental y no sólo de factores externos, suerte, o la intervención de otros.</p> <p>El microempresario rural debe ser, más bien, un sujeto con confianza en sus propias habilidades y en el desarrollo de éstas, con capacidad para planificar actividades y dar cumplimiento a éstas; un sujeto activo y propositivo, capaz de poner en juego sus intereses personales en una empresa con la confianza de llevar a cabo las gestiones y acciones concretas necesarias para salir adelante y tener éxito.</p>
Autoevaluación	<p>Es la capacidad de un individuo de poner en práctica o concretar una tarea conjugando diversos factores: confianza en sí mismo; planificación de tareas; percepción de superación personal. Es un individuo que logra considerar los puntos de vista de los demás, independiente de sus propias opiniones, además es perseverante y constaste en las tareas que se propone.</p>
Apoyo social familiar	<p>Se refiere al nivel de apoyo o soporte, sustento, respaldo, apoyo emocional, instrumental o material que una persona recibe de parte de los miembros y de su familia.</p> <p>Este apoyo se traduce en que el individuo ve en su familia un espacio que lo contiene y respalda moral y emocionalmente, en el que logra satisfacer sus necesidades y compartir intereses, objetivos y sueños.</p>

FUENTE: Adaptado de Asún et al (2.001).

## **2.6 Mujeres rurales y agroturismo.**

Hoy, el medio rural se ha convertido en un espacio polifuncional, donde ya no es sinónimo de agricultura. Con la actual diversificación de actividades (entre ellas la transformación de productos agroalimentarios, artesanía, turismo rural, etc.) 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, 2000).

Un estudio denominado "Women's employment in the tourist sector" y llevado a cabo en Grecia señala que la mayoría de las mujeres que trabaja en la industria del turismo, vive en áreas rurales cercanas a grandes centros urbanos. Como resultado, a menudo las mujeres realizan dos o tres trabajos: en la agricultura, en la industria del turismo y en negocio familiares, esto sumado a sus roles como madre y esposa. Aunque ellas señalan sentirse a gusto con lo que hacen, indican que este ritmo de trabajo lo pueden mantener sólo hasta cierta edad y que el desarrollo de la industria 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, 1994).

Una de las características en la industria turística de Grecia es el alto porcentaje de mujeres que se autoemplean y la cantidad de negocios dirigidos por ellas. La mayoría se desenvuelve en dos categorías de trabajo: en la acomodación turística (hoteles, moteles, etc) y en tiendas de turismo (venta de souvenirs, artesanías, etc). Estos tipos de trabajos hacen que se independicen de sus familias (Kassimati, 1994).

En la experiencia griega en agroturismo vemos que esta actividad nace impulsada por el Ministerio para la Igualdad de los Sexos. Las cooperativas agroturísticas femeninas, con el apoyo del propio gobierno, se convierten en entes autónomos autorizados para ejercer la actividad turística. En 1983 se estableció en Petra la primera

cooperativa agroturística griega con unos principios muy claros: ofrecer al turista sólo lo auténtico (Crosby, 1993).

Hoy se cuenta con más de 7 cooperativas agroturísticas en Grecia, en las que, además de las tareas turísticas y agrícolas, se desarrollan programas de formación para las mujeres integrantes. Estas cooperativas marcan un hito en la introducción de las vacaciones en granjas en Grecia, como primera realidad con una forma estructurada y con garantías de calidad y autenticidad para el visitante (Crosby, 1993).

En el caso español, existen dos grupos de propietarios de micro empresas de turismo rural: agricultores dedicados a esta actividad para diversificar sus rentas; y los neorurales que vienen de zonas urbanas pero se establecen en el campo y ofrecen servicios y productos de turismo rural (Caballé y Rivera, 1996).

Dedicarse al agroturismo no es una decisión fortuita. La incorporación de la mujer en el mercado laboral y al trabajo agroturístico se ha de interpretar no sólo como una necesidad económica sino como una opción personal de la mujer en relación a la distribución desigual de poder entre el hombre y la mujer y la construcción social de la sexualidad como una base de adquirir poder (Caballé y Rivera, 1996).

Según el estudio de Caballé y Rivera, (1996), donde entrevistaron a un total de 30 mujeres, 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, relacionadas entre ellas de manera jerárquica. Esta jerarquía se explica en el hecho que la necesidad de trabajar por razones económicas es la más básica de todas. 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 aparece 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 con 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 (Caballé y Rivera, 1996).

Entre el 70% y el 80% de los proyectos de turismo rural en Europa, son el resultado del empuje de mujeres rurales o urbanas que se fueron a instalar en el medio rural y que creyeron en sus posibilidades (Pando, 2003).

La mujer emprendedora en turismo rural es agente y fuerza de cambio y por lo tanto es más sensible y más receptiva a cualquier actividad o innovación u oportunidad de mejorar sus condiciones de vida. Por esta razón el turismo rural es una actividad económica fundamentalmente desarrollada por mujeres (Pando, 2003).

## **2.7 De mujer rural a microempresaria.**

La existencia de las microempresas rurales en América Latina guarda relación con la escasa capacidad de creación de empleo formal por parte del sector moderno de la economía lo que obliga a significativos sectores de la fuerza laboral, mujeres y hombres, a crear su propia microempresa, con el fin de obtener un ingreso que le permita enfrentar su subsistencia y la de su familia (Martínez y Pérez, 2001).

La creciente participación de las mujeres en el mundo de las microempresas, está basada en tres tipos de motivaciones: una relacionada con la necesidad económica de aportar ingresos a su grupo familiar; la otra con la necesidad de autorrealización y por ultimo por la búsqueda de una autonomía financiera personal (Martínez y Pérez, 2001).

Un porcentaje muy alto de mujeres desarrollan una actividad económica microempresarial en su casa, utilizando la tecnología doméstica. Esta situación les permite, por una parte, cumplir con su

condición de productora y de reproductora, pero por otra, las limita en su crecimiento empresarial y en el tiempo que dedican a su microempresa, reduciendo su movilidad para buscar la materia prima a un menor costo o buscar nuevos mercados; mientras que el hombre, al no tener la responsabilidad del hogar puede dedicar todo su tiempo al negocio (Martínez y Pérez, 2001).

Entre las mujeres micro y pequeñas empresarias, el comercio es la principal actividad que llevan a cabo (45%). Le sigue el sector servicios comunales, sociales y personales, con un 19.4%; el sector manufactura concentra un 17% de participación, por último en la rama agrícola es importante destacar el aumento sostenido de la participación de la mujer empresaria, cuyas tasas de crecimiento representan un 86% para la categoría de trabajadora por cuenta propia y un 14% para la categoría de pequeña empresa agrícola entre los años 1990 y 2000. Los micro y pequeños empresarios varones, por su parte, decrecen fuertemente en su participación sectorial.

Una de las conclusiones que arrojó una investigación sobre los Lineamientos Estratégicos del turismo rural para la Décima Región es 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 sean de pequeño tamaño (UACH-INDAP 1997).

Sin embargo para gestionar microempresas se requiere de cierto nivel de capacitación en funciones básicas de la empresa y por lo general, la mujer rural carece de cualquier formación profesional. Esta limitante de formación técnica, debe superarse a través de ayuda gubernamental o de otras instituciones nacionales e internacionales que se preocupen por aumentar la participación de la mujer rural en la actividad económica de la familia. Con la capacitación la mujer puede buscar las oportunidades existentes en el mercado local, regional y nacional, para su emprendimiento (Monares et al, 2002).

Además de la escasa formación profesional de las mujeres rurales existen otras barreras que se deben tomar en consideración para comprender los desafíos de aquellas mujeres que desean convertirse en microempresarias: no poseer tierra, analfabetismo, no tener acceso a recursos financieros, temor a endeudarse, poco poder de decisión productiva y una débil autoestima (Monares et al, 2002). A pesar de estas características, existe la posibilidad de potenciar las cualidades que poseen las mujeres campesinas como: espíritu de sacrificio, mayor compromiso por su trabajo (Monares et al, 2002).

Para que una mujer rural se convierta en microempresaria, se debe analizar el entorno económico-financiero donde se desenvuelve y cuyas características generales son las siguientes: los proyectos de empresas rurales requieren de montos pequeños de inversión, la producción se destina a pequeños mercados; la gestión de la microempresa compite con las actividades domésticas de la mujer y la mayoría de los negocios rurales generan poca rentabilidad (Monares et al, 2002).

De acuerdo a la experiencia de INDAP, entre las características que corresponden a aquellas mujeres emprendedoras que optan por asociarse y hacer negocios están (Padilla, 2000):

- Motivación: se constituye en el motor que impulsa la capacidad emprendedora. Responde a necesidades de subsistencia y elevar su nivel de vida.
- Capacidades personales: principalmente en relación a responsabilidad y autodisciplina que muestran las mujeres que participan en los programas.
- Solidaridad, en el sentido de buscar metas colectivas
- Visión integral de las iniciativas productivas que emprende
- Compromiso: en relación con su familia y con su organización.

Uno de los desafíos de las responsables de microempresas rurales, es la complejidad de dirigir todos los conceptos de la empresa. En el caso de las mujeres propietarias de microempresas rurales, muchas veces tienen una actitud pasiva y no dan suficiente importancia a las actividades de gestión empresarial (Martínez y Pérez, 2001).

Dentro de las características y limitaciones que enfrenta la mujer microempresaria rural que la diferencian del hombre están (Martínez Pérez, 2001):

- Muchas microempresas nacen como solución para paliar una crisis familiar, lo cual puede llevar a cambiar frecuentemente de actividad económica.
- La microempresa se desarrolla generalmente dentro del hogar, lo que implica menos concentración y más cansancio debido a las otras tareas que tiene que realizar.
- Tienen pocas posibilidades de ahorro y capitalización lo que afecta la reinversión y el crecimiento.
- A diferencia de los hombres, las ganancias que obtienen y los ahorros acumulados, los destinan en una gran proporción al consumo familiar.
- Los montos de préstamos de las mujeres, son menores que los de los hombres.
- Tienen mayores dificultades para conseguir garantías para un préstamo. Al carecer de bienes a su nombre, esto limita la inversión de recursos frescos.
- Cuando el negocio está generando ganancias, se produce muchas veces la intromisión del compañero en la actividad microempresarial, lo que puede descapitalizar la empresa.
- Usualmente, no valoriza su tiempo en el cálculo de costos y a la hora de fijar precios. Esto la lleva a tener en apariencia más ingresos, por no haber contabilizado su tiempo y además al fijar un precio menor, recibe menos ingresos.
- Son reacias a buscar nuevos mercados debido a la necesidad de estar cerca y disponible para su familia.

- Cuando tiene compañero, es más dependiente en la toma de decisiones, con lo que pierde valiosas oportunidades.
- El exceso de roles y responsabilidades, afecta su productividad.
- La falta tiempo para asistir a reuniones y capacitaciones, limita el desarrollo de la microempresa rural.
- La poca valorización de los beneficios paralelos como el aporte a los gastos familiares eventuales, puede afectar el flujo de caja.
- Lleva la carga de las enfermedades de la familia. Además el quiebre de relaciones afectivas y la violencia doméstica afectan su productividad.
- Es muy responsable en el cumplimiento de sus compromisos.
- Cuando pide un préstamo prefiere plazos largos, que le permitan contar con efectivo para hacer frente a eventualidades.
- Un alto porcentaje se orienta a actividades que le permitan cumplir con sus responsabilidades domésticas, como el comercio.

A pesar de lo anterior, la mujer rural desea un espacio en la gestación de su propio desarrollo y según la experiencia de INDAP, la mujer rural 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, según INDAP, por los siguientes aspectos:

a) 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 en los que difícilmente puede 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, obtener economías de escala, reducir los riesgos, etc.

b) Tendencias sociales. La tendencia actual en el mundo moderno y al inicio del siglo XXI, busca la igualdad de oportunidades para la mujer y el reconocimiento de sus capacidades. De ello da cuenta, en nuestro país, el Plan de Igualdad de Oportunidades de la Mujer y más específicamente, el de mujeres rurales.

c) Para las familias y mujeres a las que nos referimos se han ido abriendo desde el estamento estatal/institucional una serie de herramientas que facilitan el desarrollo y consolidación de las capacidades de gestión de las mujeres campesinas respecto de sus recursos, para alcanzar niveles de rentabilidad y competitividad (Padilla, 2000).

### 3 MATERIAL Y MÉTODO

#### 3.1 Material.

Se describirá a continuación el área de estudio donde se llevará a cabo la investigación y la importancia que tiene el agroturismo en la zona.

**3.1.1 Área de estudio** El área geográfica donde se llevará a cabo la presente investigación es en la Región de Los Lagos.

3.1.1.1 Antecedentes generales. La Región de Los Lagos se sitúa geográficamente entre los paralelos 39°15` y los 43° 40´ latitud sur y entre las longitudes 72°al 74° oeste, desde la Cordillera de Los Andes al Océano Pacífico. La superficie regional es de 71.852 km.<sup>2</sup> la que corresponde al 10% de la superficie continental del país (Ulloa, 1998).

Se organiza política y administrativamente en cinco provincias: Valdivia, Osorno, Llanquihue, Chiloé y Palena, contando según el censo del 1992 con una población de 948.809 habitantes (39,0% corresponde a población rural) y una densidad de 14,1 hab./km<sup>2</sup> y concentrándose la población urbana en tres ciudades: Valdivia, Osorno y Puerto Montt (Ulloa, 1998).

3.1.1.2 Caracterización productiva. La actividad económica de mayor importancia en la región es la silvoagropecuaria, destacando la forestal, ganadería de leche y carne, cereales y papas. Otras actividades importantes en la Región son la pesca y el turismo (Gallardo, 1998).

La superficie de cultivos anuales presenta una constante disminución en la última década, especialmente el rubro trigo, remolacha y raps (Gallardo, 1998).

La actividad forestal no sólo es relevante por la superficie plantada (187.901 hás.) sino porque está asociada a la existencia de 3.610.314 hás. de bosque nativo (53,96% de la superficie regional), lo que corresponde al 26.9% del bosque nativo nacional (Gallardo, 1998).

Los aproximadamente 40.000 productores silvoagropecuarios de la Xª Región, presentan alta heterogeneidad estructural y funcional. De ellos 36.000 pertenecen a la pequeña agricultura, con superficies menores a 12 hás. de riego básico (Ulloa, 1998).

Existe también un incipiente desarrollo de la actividad empresarial con plantaciones que alcanzan las 2.600 hás. entre frambuesas, arándanos manzanos, moras, zarzaparrilla y berries en general. Estas plantaciones son tecnificadas, con especies mejoradas, manejadas por empresarios con capacidad de gestión y relación con mercado externos (Gallardo, 1998).

3.1.1.3 Actividad turística. En relación al turismo, la Región se caracteriza por poseer importantes y valiosos atractivos turísticos naturales ligados a la existencia de lagos, ríos, naturaleza virgen, volcanes, termas, saltos de agua, entre otros. Una parte importante de ellos se localizan en los parques nacionales que posee la región. Lo anterior permite ofrecer múltiples actividades turísticas (UACH- INDAP, 1997).

El año 2000 la Región recibió un total de 315.892 visitantes (44,25 del total), convirtiéndose una vez más en la región de mayor concentración de visitantes (Oyarzún, 2001).

Entre las principales características de los flujos turísticos que acceden a la Región, cabe destacar las siguientes (Oyarzún, 2001):

- La mayoría de los turistas utilizan el automóvil para desplazarse por la Región. Los extranjeros no argentinos utilizan el automóvil para desplazarse (avión y autobuses de línea regular).

- El 49,1 % de los turistas nacionales que pernoctaron en la Región provienen de Santiago, siguiendo en importancia Valparaíso y Viña del mar con un 6%, y Concepción con el 5,9% que corresponden a los centros más poblados del país.
  
- La principal motivación para viajar a la región esta vinculada a la belleza de los atractivos naturales. Otras motivaciones relevantes son el descanso y el interés cultural.

3.1.1.4 Desarrollo del agroturismo. La actividad turística presenta un crecimiento sostenido a nivel nacional y regional, reconociéndose a la Región de Los Lagos como uno de los principales destinos turísticos del país (Oyarzún, 2001).

Por otro lado, la Región de Los Lagos, se encuentra en una situación difícil derivada de la inserción del país a redes de comercio internacional, así como de los problemas de competitividad de los productores regionales, evidenciándose aún más difícil la situación a nivel de la pequeña agricultura (INDAP-UACH, 1997).

En este escenario, el Ministerio de agricultura representado por la Instituto de Investigación Agropecuaria INDAP desde 1996 ha promovido el agroturismo entre sus usuarios y ha apoyado la creación de alrededor de 20 redes y asociaciones de turismo rural y campesino en la Región, con un promedio de 12 socios en cada una de ellas y distribuidas en todas las provincias de la X Región (Oyarzún, 2001).

**3.1.2 Universo.** El universo para esta investigación está representado por todas las organizaciones que agrupan iniciativas de agroturismo, existentes en la Región, entendiendo por iniciativas agroturísticas a las empresas localizadas en áreas rurales que ofrecen alojamiento, alimentación y actividades complementarias en donde el propietario vive en la explotación agrícola. Las iniciativas asociativas se resumen en el Cuadro 3, según provincia.

CUADRO 3 Organizaciones de turismo rural y agroturismo en la X Región.

Provincia	Agrupaciones	Total de socios
Valdivia	10	175
Osorno	4	30
Llanquihue	4	107
Chiloé	4	55
Palena	2	18
Total Agrupaciones	24	385

FUENTE: Elaboración propia.

**3.1.3 Muestra.** Considerando el número de agrupaciones existente se eligieron algunas según los siguientes parámetros: agrupaciones que lleven mínimo tres temporadas funcionando, que participen un porcentaje igual o superior al 50% de mujeres en ellas y que estén trabajando con INDAP. A partir de lo anterior quedaron seleccionadas las siguientes redes. Cuadro 4 y Figura 1.

CUADRO 4 Redes incluidas en la muestra.

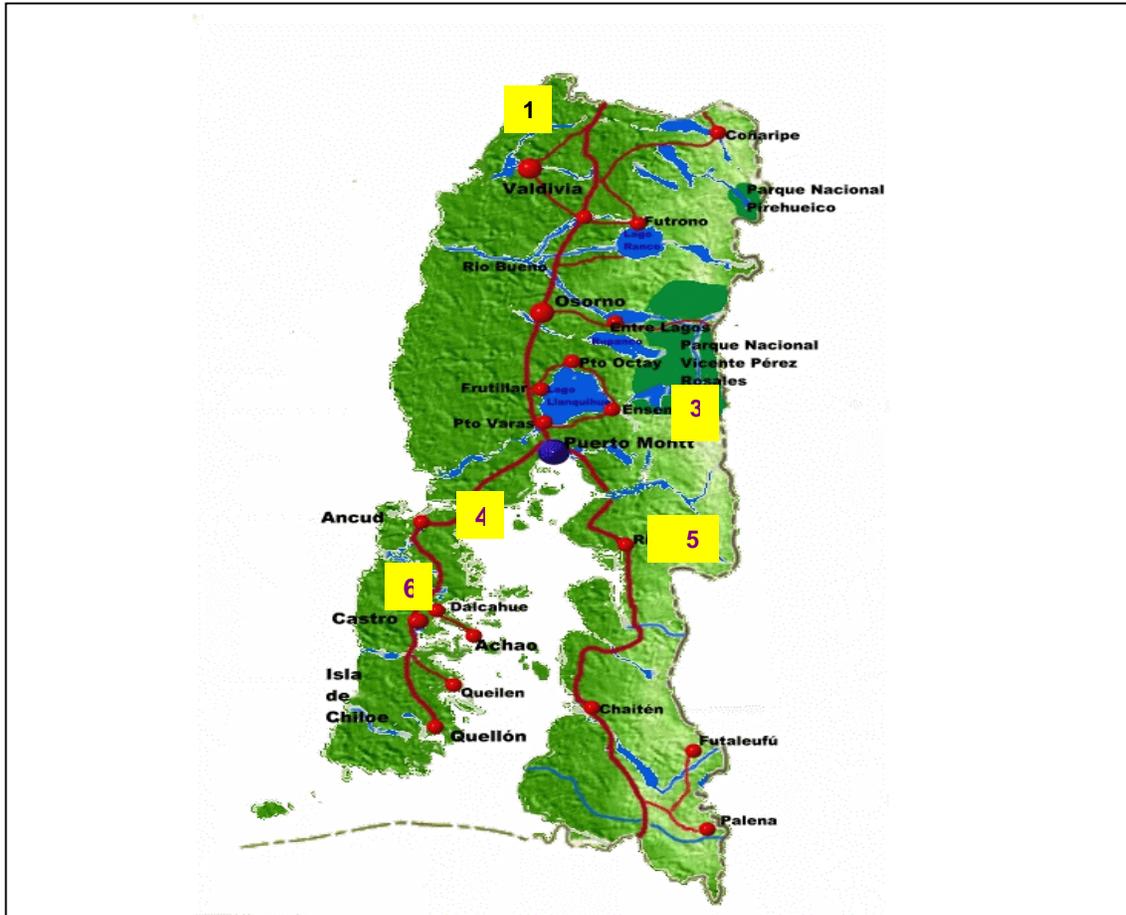
Nombre de la Agrupación	Provincia	Socios	Mujeres
1-Red de Turismo Rural Corral- Chaihuín	Valdivia	18	11
2-Turismo rural Futronhue	Valdivia	12	7
3-Turismo rural las Gaviotas- Puerto Octay	Osorno	11	7
4-Red de Turismo Rural Tres Islas- Calbuco	Llanquihue	19	10
5-Red de turismo rural Carretera Austral	Llanquihue	18	10
6-Red de Turismo Rural Doña Cotty	Chiloé	21	19
		99	64
Socias participando en forma activa al momento de la recogida de información			55

FUENTE: INDAP, 2000.

El cuadro anterior muestra la información formal con la que contaba INDAP sobre las redes a las cuales apoya, sin embargo, no se tomaron en cuenta en este listado las personas que por diversos motivos ya no estaban participando en las redes al momento de realizar la recogida de la información en terreno. Por lo anterior la muestra que arrojaba 64 mujeres, bajó a 55. De ellas sólo fue posible ubicar y entrevistar a 45, debido a varios factores: no encontrarse en el predio cuando se realizaron las visitas (aunque fueron avisadas con

anticipación), algunas no participaron en los talleres; otras que no fue posible ubicar telefónicamente para planificar la visita y otras que ya no estaban participando activamente en las redes (por enfermedad o cambiar de domicilio). Por lo tanto por factores ajenos a la voluntad, se alcanzó a 82% de la muestra.

FIGURA 1 Distribución geográfica de la muestra.



FUENTE: Sernatur, 2002.

### 3.2 Método.

El diseño metodológico que se llevó a cabo en esta investigación es de tipo no experimental, con una investigación de tipo transversal - descriptivo.

En una primera etapa se desarrollará un estudio de tipo exploratorio, ya que la información sobre el tema de investigación es un tanto nueva y poco analizada.

Posteriormente, se trabajará con un estudio descriptivo, que permitirá identificar y proponer las habilidades emprendedoras asociativas que debieran poseer las mujeres que trabajan en agroturismo.

3.2.1 Instrumentos de recolección de información. Los siguientes son los instrumentos que se utilizaron para recoger la información necesaria para la investigación

- Pauta para grupos de discusión (modalidad talleres)
- Cuestionario a mujeres emprendedoras
- Cuestionario a expertos
- Ficha de Programas estatales de apoyo a mujeres en Agroturismo

3.2.1.1 Pauta para grupos de discusión. En esta investigación se llevaron a cabo 6 grupos de discusión. Estos se realizaron como talleres, uno por cada red de agroturismo. La finalidad de conformar estos grupos de discusión fue conocer cuáles son las áreas más fuertes y las más débiles en relación a sus capacidades emprendedoras para llevar a cabo sus negocios y determinar a su vez las principales carencias o problemas aún pendientes por resolver (Anexo 1).

3.2.1.2 Entrevista a informantes claves. El tipo de encuesta que se utilizó en esta investigación es la entrevista dirigida. Esta modalidad consta de una lista de cuestiones o aspectos que han de ser explorados durante la entrevista. El entrevistador queda libre para adaptar la forma y el orden de las preguntas. El estilo suele ser coloquial, espontáneo e informal (Del Rincón, et al, 1995).

La entrevista se realizó a 12 personas (Anexo 6) consideradas como informantes claves, estas personas trabajan en forma conjunta y desde un tiempo importante, con las mujeres emprendedoras (Anexo 2).

3.2.1.3 Cuestionario para mujeres emprendedoras. El cuestionario es un instrumento que consiste en una serie de preguntas o ítems acerca de un determinado problema o cuestión sobre el que se desea investigar y cuyas respuestas han de contestarse por escrito.

Este cuestionario se aplicó a las mujeres participantes en las redes de agroturismo elegidas como muestra para el estudio (distintas a las que participen en los grupos de discusión) y a mujeres encargadas de iniciativas individuales, con el fin de conocer su experiencia en este tema, su percepción sobre los programas estatales en pro del agroturismo, identificar sus principales fortalezas y debilidades en relación a sus habilidades emprendedoras, detectar necesidades y principales desafíos (Anexo 5).

3.2.1.4 Cuestionario a experto. Con esta técnica el investigador determina el tema o cuestión que someterá a juicio y selecciona un panel de expertos.

Se utilizó este método para determinar cuáles serían las capacidades, habilidades y actitudes necesarias que deberían presentar las mujeres que gestionan iniciativas de turismo rural. Para ello se eligió un panel de 6 expertos en el tema (Anexo 7), a los cuales se les hizo llegar un cuestionario vía e-mail (Anexo 3).

3.2.1.5 Ficha programas de apoyo a mujeres en agroturismo. Esta ficha servirá para clasificar y ordenar la información recogida sobre los distintos programas que favorecen el desarrollo del agroturismo para las mujeres en la región. Contiene los siguientes ítems de información: institución, nombre del programa, beneficiarios, descripción del programa (objetivos, que financia, beneficios, requisitos), resultados esperados, duración del programa (Anexo 4).

3.2.2 Aplicación de instrumentos. La aplicación de los instrumentos antes descritos se realizó entre Diciembre del 2002 y Marzo del 2003.

Se visitaron todas las sedes de las redes de turismo rural y en acuerdo con los asesores y presidentes de las redes se realizó un taller con las asistentes.

Se realizaron visitas en terreno a las mujeres emprendedoras en donde se les aplicaban las encuestas y las fichas.

En relación a los informantes claves, se convenía con ellos una fecha y se les aplicaba la entrevista en forma personal, ya sea en Valdivia o en la localidad en donde trabajaba. En relación al tiempo en que se llevó a cabo la recogida de información, este se desarrolló entre Diciembre y Marzo del 2003.

Para obtener información de los expertos se les envió un cuestionario vía e-mail, en donde una vez completado lo enviaban de vuelta. Esta información se obtuvo entre Enero y Marzo del 2003.

### **3.3 Colaboración especial**

Destacar en este punto la colaboración especial de algunas personas en la etapa de recogida de la información, entre ellos: Profesor Sr. Pablo Szmulewicz; Srta. Cecilia Gutiérrez, Administrador empresas de Turismo y los alumnos tesistas de la carrera de Administración de Empresas de Turismo: Pamela Jara, Alexis Villarroel y Lorena Lehnebach.

### **3.4 Financiamiento**

La presente investigación se llevó a cabo gracias al financiamiento total del Gobierno Regional de los Lagos, tras concurso interno UACH.

## 4 PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

**4.1 Características de las mujeres emprendedoras en agroturismo.** Se definen a continuación antecedentes, tales como: edad, escolaridad, hijos y participación en otras organizaciones.

**4.1.1 Edad.** La edad de las mujeres emprendedoras en agroturismo oscila, entre los 30 y 60 años. Si analizamos la muestra (45 mujeres), un 42,2% tienen entre 51 a 60 años. Un 31,1% tiene entre 41 a 50 años. El rango de edad entre 31 a 40 años está representado por un 15,5%. Las edades con menos representatividad son las mayores de 60 años con un 11,1% (Figura 2).

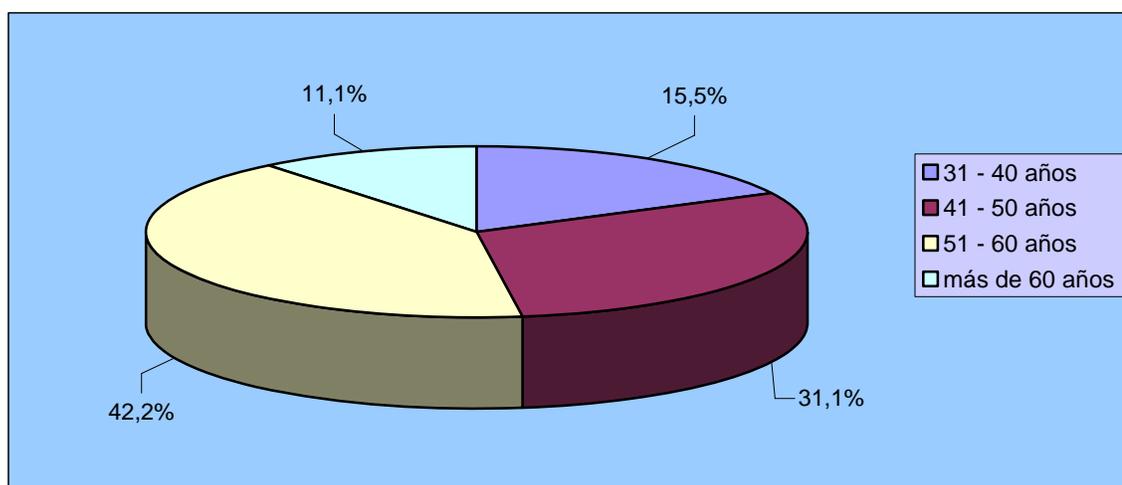


FIGURA 2. Edad de las mujeres emprendedoras en agroturismo.

**4.1.2 Nivel Educativo.** Un 35% de las mujeres incluidas en la muestra han cursado la enseñanza básica en forma incompleta; un 22,2% si lo ha 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 educativo 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, Cuadro 5.

CUADRO 5. Nivel educacional de las mujeres emprendedoras.

Nivel Educacional	Cantidad	Porcentaje(%)
Básica incompleta	16	35,6
Básica completa	10	22,2
Media completa	7	15,6
Media incompleta	7	15,6
Técnico Profesional	4	8,9
Analfabeta	1	2,2
Total Emprendedoras	45	100,0

**4.1.3 Hijos.** Del total de mujeres emprendedoras encuestadas, sólo una de ellas (2,2%) no tiene hijos, las restantes sí los tiene, representando un 97,8%. Cuadro 6.

CUADRO 6. Existencia de hijos en mujeres emprendedoras.

Hijos	Cantidad	Porcentaje(%)
Tiene hijos	44	97,8
No tiene hijos	1	2,2
Total	45	100

4.1.3.1 Número de hijos. Cabe señalar, que de las mujeres que tienen hijos, un 61,4% tiene entre 3 a 4 hijos, en segundo lugar se encuentran las mujeres emprendedoras que tienen entre 1 a 2 hijos (25%). Sólo un caso tiene más de 7 hijos, representando un 2,3%. En promedio las mujeres tienen 3 hijos por familia (Figura 3).

4.1.3.2 Edad de los hijos. En relación a las edades de los hijos, la mayoría de éstos son adultos y sus edades oscilan entre 21 y más de 30 años. En el rango de 6 a 15 años se aprecia un porcentaje de 22,3; en el intervalo de 16 a 20 años se observa un 10,1%. Una minoría de mujeres tiene hijos preescolares (4.1%) Figura 4.

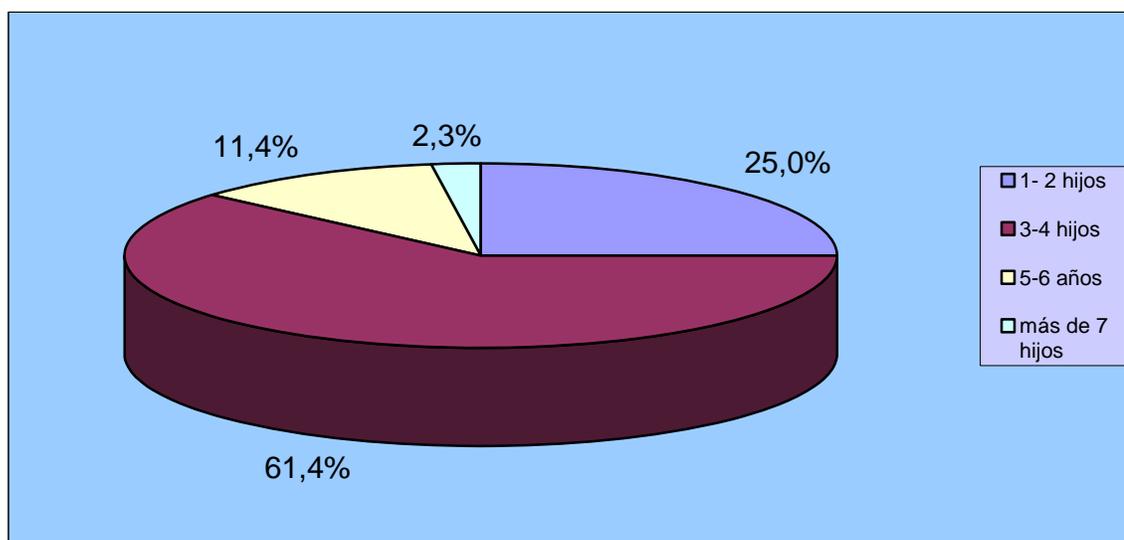


FIGURA 3. Número de hijos de mujeres emprendedoras.

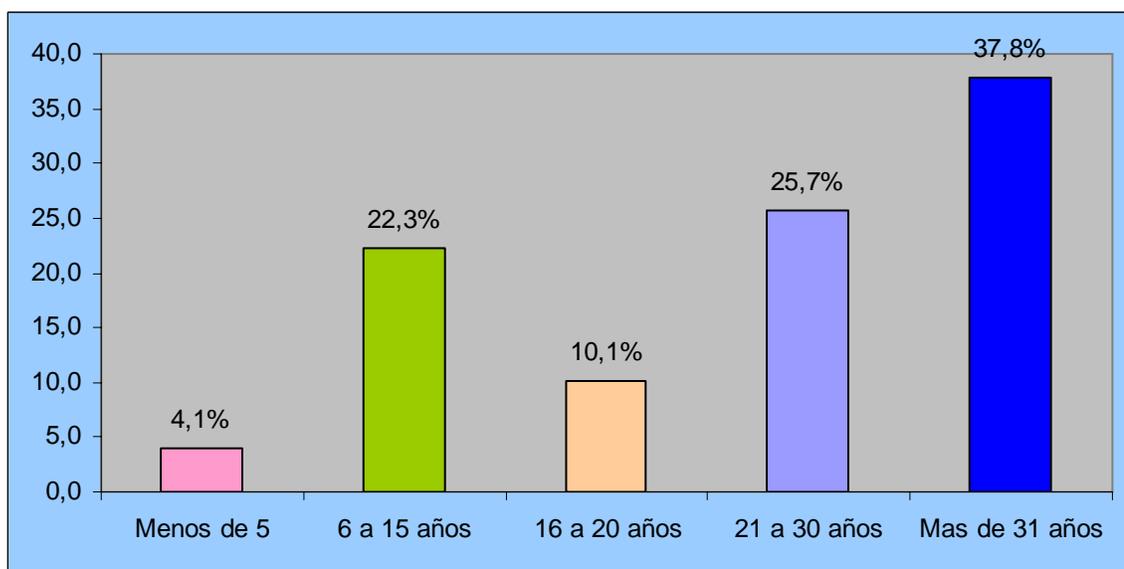


FIGURA 4. Edad de los hijos de las mujeres emprendedoras.

**4.1.4 Participación en otras organizaciones.** Vale la pena destacar que del total de mujeres encuestadas el 80% participa además de la Red de Turismo Rural, en otras organizaciones.

Los datos reportan que el 33,3% participa en Juntas de Vecinos, que el 31,1% realiza actividades en algunos centros de padres en los respectivos colegios de sus hijos, mientras que en Clubes deportivos se encuentra el 17% (Cuadro 7). En promedio las mujeres rurales además de

participar en redes de turismo rural, participan en una organización adicional (Cuadro 7).

CUADRO 7. Participación de las emprendedoras en otras organizaciones.

Tipo Organización	Cantidad	Porcentaje(%)
Junta de Vecinos	15	33,3
Centro de Padres	14	31,1
Club deportivo	8	17,8
Comité de Iglesia	7	15,6
Comité de salud	7	15,6
Cooperativa campesina	4	8,9
Otras	6	16,6

**4.1.5 En relación al emprendimiento.** Se presentan a continuación aspectos relacionados con la propiedad de la tierra y la actividad productiva principal que se desarrolla en los predios.

4.1.5.1 Propiedad de la tierra. De las mujeres encuestadas 14 de ellas (31,1%) señalaron que los predios, son de su propiedad, mientras que el 68,9% restante señala no ser propietarias del terreno. Por otro lado la extensión promedio de sus predios es de 11,4 hectáreas (Figura 5).

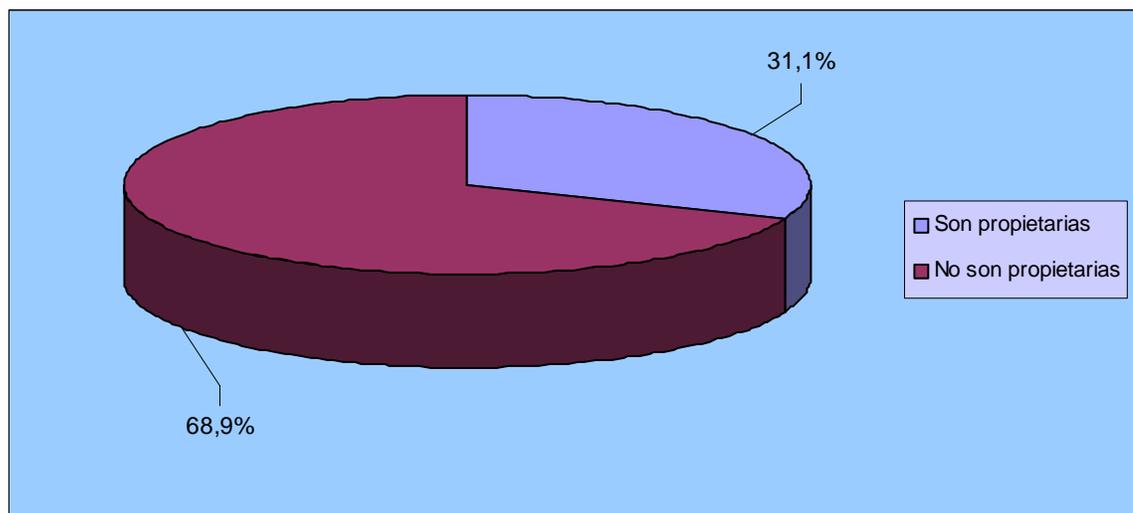


FIGURA 5. Propiedad de la tierra.

4.1.5.2 Actividad productiva principal de las mujeres emprendedoras. Las actividades productivas de las mujeres emprendedoras son variadas y por lo general de subsistencia. Sin duda, la principal actividad está relacionada con la agricultura (100% de los casos), otras de las actividades desarrolladas por las mujeres emprendedoras son: el cuidado de los animales domésticos, señalados en un 71,1% y la dedicación al huerto con un 66,7%.

La actividad ganadera es practicada por 15 mujeres lo que equivale al 33,3%, mientras que el comercio es representado por solo 8 personas (17,8%) Figura 6.

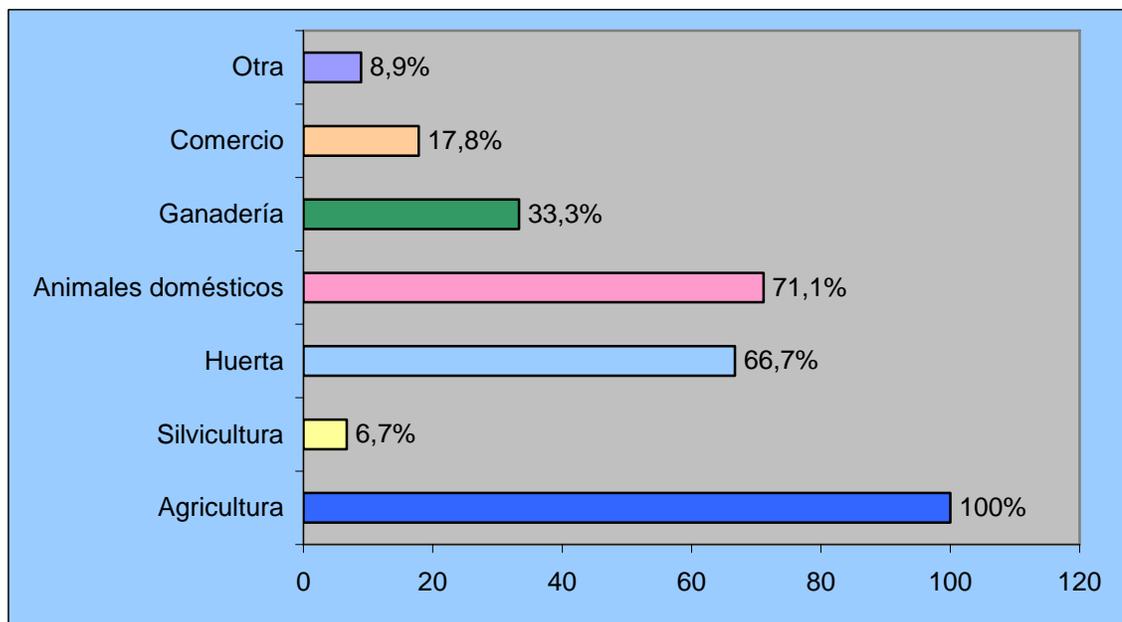


FIGURA 6. Actividad Productiva de las mujeres emprendedoras.

**4.2 Características del negocio agroturístico.** Se analiza en este punto las funciones que realiza la mujer en el negocio, la oferta de productos y servicios, período de funcionamiento, apoyo familiar que recibe de su grupo familiar, entre otros puntos.

**4.2.1 Funciones que realiza la mujer en el negocio agroturístico.** Las funciones que realiza la mujer, son variadas y algunas de ellas las realiza en forma simultánea. También hay que considerar que durante el día realizan más de una tarea.

El siguiente cuadro muestra que el 71,1% elabora las comidas y bebidas, la atención y el guiado a turistas es una función que la realizan el 60,0% de las mujeres encuestadas. Cabe señalar que el aseo del establecimiento y orden del predio es tarea del 55,6% de las mujeres. Mientras que el 35,6% mujeres se dedican al manejo contable del emprendimiento; el 33,3% se enfoca a la promoción de productos/servicios que ellas están dispuestas a ofrecer (Cuadro 8).

CUADRO 8. Actividades que realiza la mujer emprendedora.

Funciones que realiza	Cantidad	Porcentaje(%)
Elaboración comidas y bebidas	32	71,1
Atención y guiado de turistas	27	60,0
Aseo del establecimiento y orden del predio	25	55,6
Manejo contable	16	35,6
Promoción	15	33,3
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	

**4.2.2 Oferta de productos y servicios agroturísticos.** La oferta de productos y servicios que ofrecen las mujeres en sus emprendimientos es cada vez más diversa y de calidad.

El siguiente cuadro presenta en términos numéricos la presencia de productos y servicios que ofrecen las mujeres emprendedoras. En primer lugar sobresale la oferta de servicios de alimentación, con un 46,7%, luego las excursiones se presentan con un 42,2% con respecto al total de servicios y/o productos que se ofrecen en el emprendimiento y la venta de productos agrícolas es representada por un 40%. En cuanto a la prestación de servicio de alojamiento con alimentación es señalada por un 35,6% de las emprendedoras, luego están presentes otras actividades agroturísticas con un 13,3%. Cabe mencionar, en este punto que se ofrecen más de un producto o servicio a la vez (Figura 7).

**4.2.3 Período de funcionamiento.** Un 64,4%, de las mujeres emprendedoras ofrecen sus servicios y/o productos sólo en verano y el 35,6% restante funcionan todo el año (Figura 8).

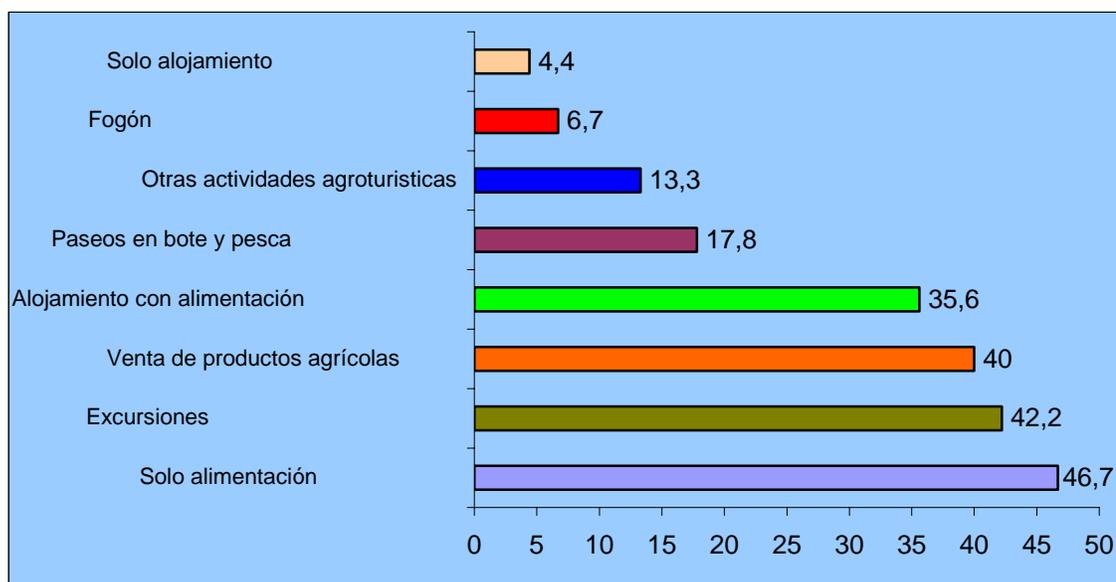


FIGURA 7. Oferta de productos y servicios agroturísticos.

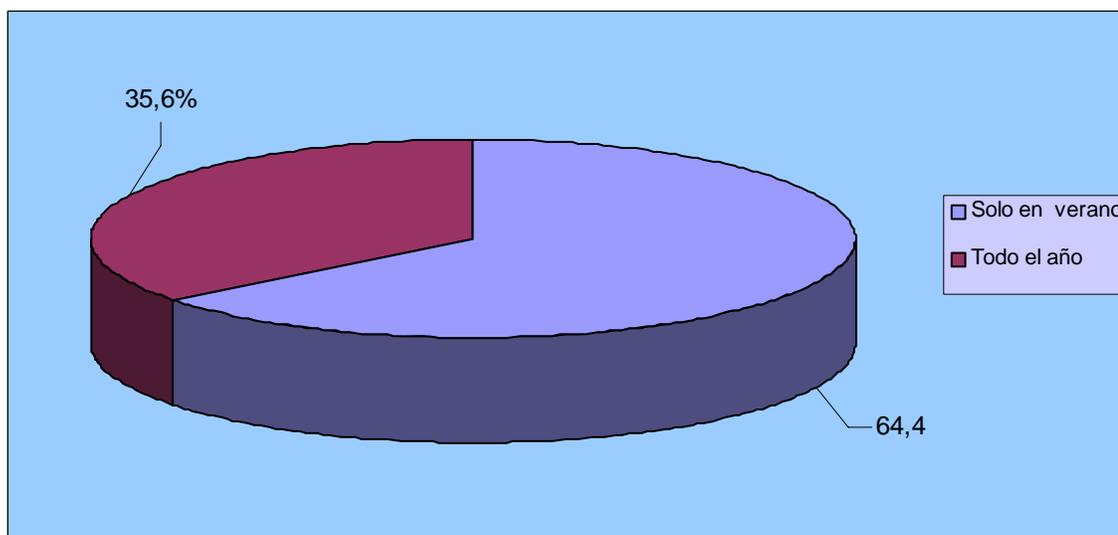


FIGURA 8. Período de funcionamiento de los emprendimientos.

**4.2.4 Apoyo Familiar.** En este punto se analiza el apoyo familiar que reciben las emprendedoras agroturísticas, de parte de su cónyuge y de parte de los hijos.

4.2.4.1 Apoyo Familiar en general. El apoyo familiar es una de las características con que debería contar una emprendedora en agroturismo para que su negocio sea exitoso. En este aspecto el 95,6 % de ellas

declara que siente este apoyo familiar, mientras que el 4,4% no lo recibe (Figura 9).

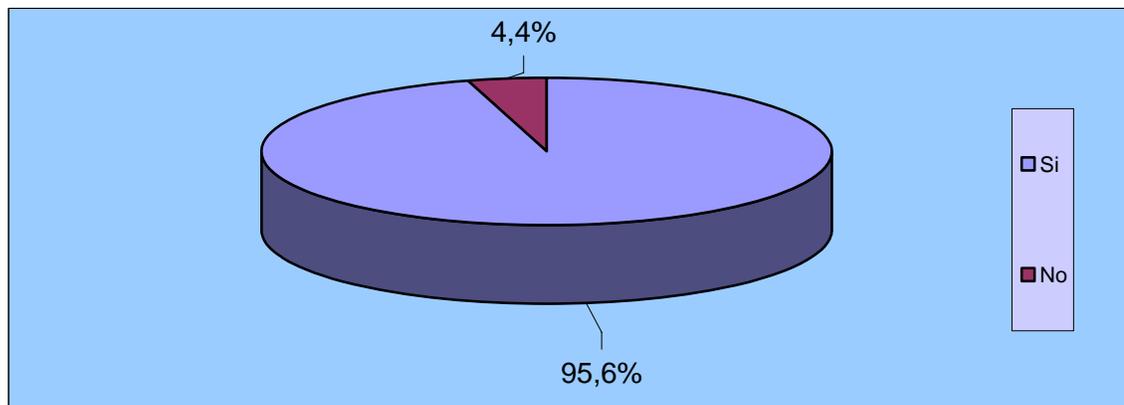


FIGURA 9. Apoyo familiar de las mujeres emprendedoras.

4.2.4.2 Apoyo de los hijos. En la encuesta realizada se pudo comprobar que la ayuda de los hijos esta representada por 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% de las mujeres emprendedoras. El apoyo moral lo entregan los hijos adultos que ya no viven en el predio con sus padres, en un 9,1% (Cuadro 9).

CUADRO 9. Apoyo de los hijos a las mujeres emprendedoras.

Tipo de Apoyo	Cantidad	Porcentaje (%)
Aseo y cuidado del establecimiento	13	29.5
Acompañan y atienden a los turistas	10	22.7
Guías	5	11.4
Colaboran en la preparación de alimentos	5	11.4
Apoyo Moral	4	9.1

4.2.4.3 Apoyo del Cónyuge. Ya se ha mencionado la importancia que tiene el apoyo de la familia en el desempeño de la mujer emprendedora. En este apartado se analiza el apoyo que entregan los cónyuges. 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 el curanto) (Cuadro 10).

CUADRO 10. Apoyo del Cónyuge a las mujeres emprendedoras.

Tipo de Apoyo	Cantidad	Porcentaje(%)
Orden y limpieza del predio	7	16.3
En todas las actividades	7	16.3
Preparación de alimentos	5	11.6
Otro	24	55.8
<b>Total</b>	<b>43</b>	

**4.2.5 Capacitación recibida.** Se describe en este punto si las mujeres emprendedoras han recibido capacitación y detalles de estas capacitaciones.

4.2.5.1 Presencia de capacitación. Destacar en este punto que la mayoría de las mujeres emprendedoras en agroturismo (42 mujeres) ha recibido algún tipo de capacitación (Figura 10).

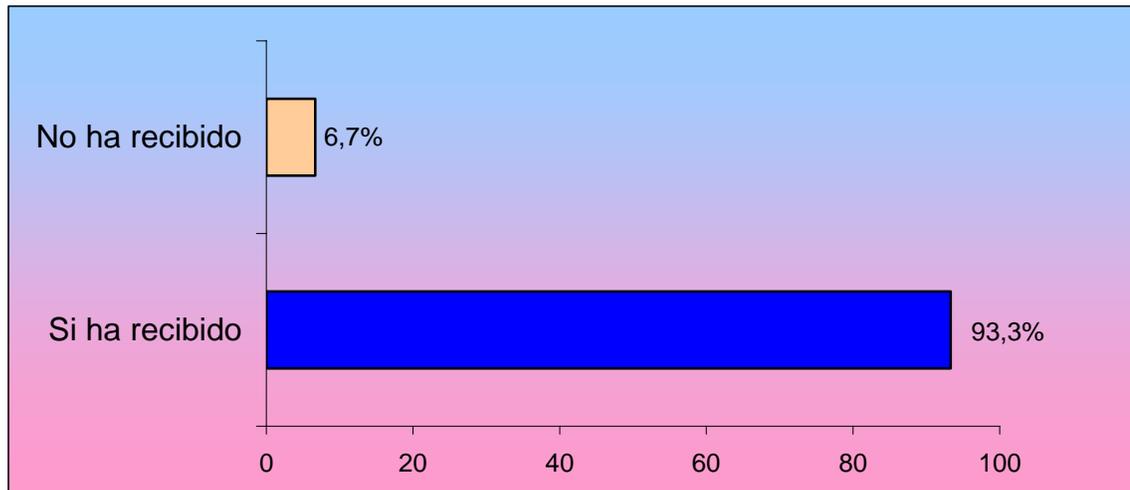


FIGURA 10. Capacitación recibida por las mujeres emprendedoras.

4.2.5.2 Tipo de capacitación realizada. Las mujeres que han participado en actividades de capacitación (42) han podido apreciar que es 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 las giras tecnológicas y un 9,5% señala haber participado en seminarios (Figura 11).

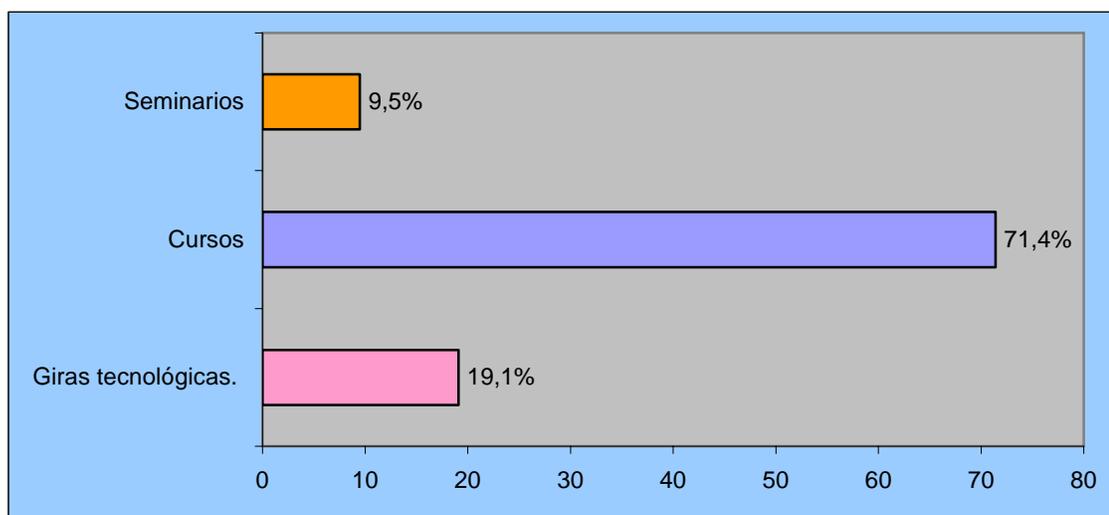


FIGURA 11. Tipo de capacitación recibida por mujeres emprendedoras.

4.2.5.3 Contenidos de la capacitación recibida. 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 4 cursos de capacitación (Cuadro 11).

CUADRO 11. Contenidos de las capacitaciones recibidas por las mujeres.

Capacitación recibida	Cantidad	Porcentaje(%)
Manipulación de alimentos	29	69,0
Atención al público	28	66,7
Turismo Rural	26	61,9
Repostería	20	47,6
Contabilidad básica	15	35,7
Conciencia turística	12	28,6
Otras	11	26,1

**4.3 Evaluación del negocio agroturístico.** En este punto se describe la motivación de las mujeres emprendedoras por llevar a cabo el agroturismo y el impacto que esta actividad ha tenido en ellas.

**4.3.1 Motivación de las mujeres emprendedoras en agroturismo.** La motivación, es el motor que impulsa la capacidad emprendedora. En esta investigación el 66,7% de las mujeres encuestadas (30) señalaron que se impulsaron a desarrollar esta actividad principalmente por una motivación económica; un 26,7%, 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.

CUADRO 12. Motivación de las mujeres emprendedoras.

Motivación principal	Cantidad	Porcentaje(%)
Económica	30	66,7
Social	12	26,7
Reconocimiento	1	2,2
Otra	2	4,4
Total	45	100,0

**4.3.2 Impactos del agroturismo.** Dentro de los impactos personales que las mujeres emprendedoras identificaron, como consecuencia de llevar a cabo esta actividad, se encuentran: desarrollo de personalidad (73,3); reconocimiento familiar (del cónyuge o los hijos) con el mismo porcentaje anterior; desarrollo de confianza (autoconfianza), con un 62,2%. Sin embargo, también reconocen que esta actividad complementaria ha reducido el tiempo de vida familiar, señalado en un 22,2% de las mujeres emprendedoras. Sólo una minoría señala que no le ha influido esta actividad de manera personal (Figura 12).

**4.4 Intervención pública en agroturismo y mujeres emprendedoras.** En este punto se describen las instituciones y programas estatales de fomento al turismo rural.

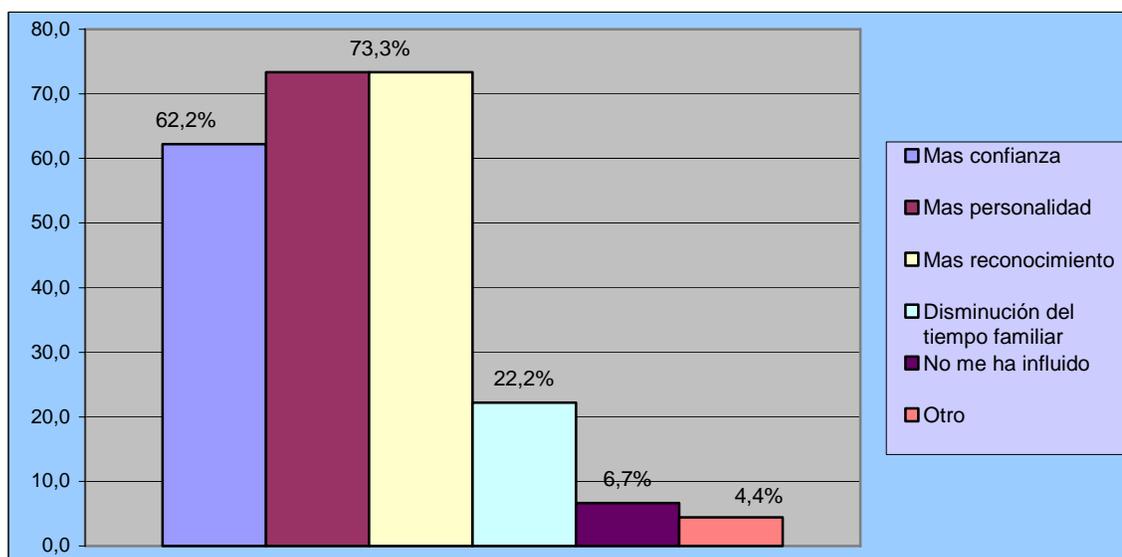


FIGURA 12. Impactos del agroturismo en las mujeres emprendedoras.

#### 4.4.1 Instituciones y programas estatales de fomento al turismo rural.

Son muchos los organismos del Estado que actualmente están apoyando iniciativas de turismo rural y dentro de ellas al agroturismo. Hay que considerar que en la medida que esta actividad se ha hecho más conocida a nivel nacional se han sumado esfuerzos para llevarla a cabo. Algunos programas originalmente no se focalizaron en el agroturismo sino que de forma indirecta comenzaron a apoyarlo, ya sea, porque sus usuarios eran mujeres o porque eran organizaciones formales que buscaban nuevas alternativas de desarrollo en el medio rural. A estos esfuerzos se han sumado, además, organismos no gubernamentales, municipios, entre otras instituciones.

Se detallarán los principales programas públicos que diferentes organismos del Estado poseen para apoyar directa o indirectamente a las mujeres en agroturismo nivel nacional.

4.4.1.1 Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP). Fue creado en noviembre de 1962 y tiene como principal objetivo fomentar y potenciar el desarrollo de la pequeña agricultura en Chile.

Todos sus programas están orientados a un tipo de usuario que debe presentar las siguientes características: formar parte de una

familia de pequeños productores agrícolas o campesinos; trabajar directamente su predio, contar con una superficie inferior a 12 hectáreas de riego básico, bajo cualquier régimen de tenencia de tierra, cuya fuente de ingreso provenga mayoritariamente de la producción silvoagropecuaria. Entre los programas que esta Institución impulsa para promover el desarrollo del agroturismo están:

- Programa de Apoyo a la Mujer Rural (INDAP- PRODEMU). Cuadro 13.
- Concursos para proyectos productivos de mujeres campesinas. Cuadro 14.
- Programa De Turismo Rural. Cuadro 15.

CUADRO 13. Programa de Apoyo a la mujer rural de INDAP.

<b>DESCRIPCIÓN</b>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>El objetivo estratégico de este programa es fomentar y promover el desarrollo de las mujeres rurales procurando su integración transversal y apoyando la consolidación y proyección de sus emprendimientos asociativos y empresas campesinas.</p> <p><b>Tipo de Aporte:</b></p> <p>Primer año:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación: hasta \$528.000 por grupo.</li> <li>• Subsidio primer año: \$1.300.00 por grupo.</li> <li>• Fondo de Apoyo a la Participación \$280.000 por módulo.</li> </ul> <p>Segundo año en adelante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fondo para Proyectos Productivos \$1.530.000 (70% bonificación a la inversión y 30% crédito y/o inversión propia).</li> <li>• Fondo de Comercialización: \$2.040.000 por proyecto.</li> <li>• Asistencia técnica: \$1.000.000 por módulo.</li> </ul> <p>Desde el cuarto año en adelante, \$200.000 para capacitación complementaria por grupo.</p> <p><b>Requisitos para ser beneficiario:</b></p> <p>El Programa está orientado a mujeres pertenecientes a familias campesinas productoras de localidades pobres, se privilegia la incorporación de mujeres vinculadas a organizaciones campesinas.</p>

FUENTE: INDAP, 2004.

CUADRO 14. Concurso de proyectos productivos de mujeres campesinas.

DESCRIPCION
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Este concurso tiene por objeto facilitar el acceso a oportunidades de desarrollo económico de las mujeres usuarias de INDAP, que les permitan concretar inversiones, para hacer más sustentables sus actuales sistemas productivos, desde un punto de vista económico, social y ambiental.</p> <p><b>Tipo de Aporte:</b></p> <p>No existe un límite máximo por monto de proyecto; sin embargo, las bonificaciones y los créditos para financiar las inversiones tendrán un límite, el que se señala en los puntos siguientes. Se entenderá por inversión los gastos correspondientes a: obras físicas, maquinarias, equipos, plantas, animales y aquellos gastos necesarios para la puesta en marcha del Proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonificación a las inversiones: hasta un 70% de las inversiones con un máximo de \$3.000.000 por proyecto y con un tope de \$300.000 por cada productora que componga el grupo u organización.</li> <li>• Aporte propio: deberá ser al menos de un 30% de las inversiones y corresponde a la parte que deberán aportar las usuarias. Este aporte podrá provenir de terceros, de recursos propios o crédito. En el Proyecto deberá señalarse el detalle de los aportes de las postulantes.</li> </ul> <p>Créditos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las postulantes podrán acceder a créditos de INDAP, para complementar el financiamiento de las inversiones del Proyecto, cuyo monto límite se ajustará al Reglamento de Créditos del Instituto.</li> <li>• No podrán acceder a créditos las postulantes u organizaciones cuyas directivas sean deudoras morosas de INDAP.</li> </ul> <p>Asesorías técnicas y apoyo para la formulación de los proyectos: Las postulantes que no se encuentren participando en algunos de los Servicios de Asesorías Técnicas del INDAP, o de otro organismo público o privado, podrán considerar en el Proyecto recursos para la formulación de éste y la contratación de asesorías para su puesta en marcha, con el fin de asegurar la oportuna concreción de las inversiones contempladas en él, por un monto de hasta \$200.000. El comité evaluador de INDAP recomendará el monto a pagar por la formulación de los proyectos en función de las inversiones comprometidas y los impactos esperados. Estas bonificaciones serán canceladas sólo y únicamente si el proyecto es seleccionado y aprobado para su financiamiento.</p> <p><b>Requisitos para postular:</b></p> <p>Las postulantes presentarán sus proyectos integrados dentro de un grupo con o sin personalidad jurídica, compuesto por un mínimo de 5 personas. En caso de existir grupo mixtos, éstos deberán estar conformados mayoritariamente por mujeres.</p>

FUENTE: INDAP, 2004.

CUADRO 15. Programa turismo rural de INDAP.

<b>Descripción</b>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Diversificar e incrementar los ingresos de los pequeños productores agrícolas y sus familias.</p> <p>Ayudar a la generación de nuevas alternativas de empleo en el ámbito rural, considerando especialmente el trabajo del joven y la mujer rural.</p> <p>Desarrollar las capacidades de las empresas de pequeños productores para la identificación y gestión de iniciativas de turismo rural, dándole prioridad a los emprendimientos identificados bajo las categorías de agroturismo, ecoturismo y turismo cultural.</p> <p>Fomentar la integración de la oferta de turismo rural entre las empresas de pequeños productores y generar las condiciones para el funcionamiento de un mercado para la producción local.</p> <p><b>Tipo de Aporte:</b></p> <p><u>Apoyo Técnico</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de los estudios y apoyos requeridos</li> <li>• Preparación de términos de referencia y selección de consultores.</li> <li>• Identificación del producto turístico y evaluación técnico-económica.</li> <li>• Definición de la estrategia comercial.</li> </ul> <p><u>Apoyo Financiero</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de estudios y asesorías.</li> <li>• Gastos de organización.</li> <li>• Créditos para adecuación y equipamiento.</li> <li>• Gastos de operación.</li> </ul> <p><u>Apoyo a la gestión</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción y puesta en marcha.</li> <li>• Contratación de un Gerente.</li> <li>• Áreas específicas (contabilidad, comercialización, etc.)</li> </ul> <p><b>Requisitos para ser beneficiario:</b></p> <p>Ser pequeño productor usuario de los servicio de INDAP. De preferencia postular con un proyecto asociativo (no excluyente). Que exista un aporte de los usuarios del proyecto, ya sea en mano de obra, dinero, infraestructura, etc.</p> <p>Que el proyecto integre, en la medida de lo posible, a la comunidad en la cual está inserto. Que la localidad cuente con atractivos turísticos: paisajes, fiestas costumbristas, actividades recreativas, tradiciones propias, entre otros elementos.</p>

FUENTE: INDAP, 2004.

4.4.1.2 Fundación para la Innovación Agraria (FIA). La Fundación para la Innovación Agraria, del Ministerio de Agricultura, tiene la función de fomentar y promover la transformación de la agricultura y de la economía rural del país. En el cumplimiento de esta función, la acción de FIA se orienta hacia dos objetivos fundamentales:

-Promover y fomentar la incorporación de innovaciones en las distintas actividades de la agricultura.

-Articular y complementar los esfuerzos de innovación de los diversos agentes sectoriales.

-Recopilar, elaborar y difundir información referente a las iniciativas de innovación agraria desarrolladas en el país.

Para ello, FIA impulsa, coordina y entrega financiamiento para el desarrollo de líneas de acción, o de comercialización en las áreas agrícola, pecuaria, forestal, agroforestal y dulceacuícola (Cuadro 16).

4.4.1.3. Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS). El FOSIS es un servicio público funcionalmente descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es financiar planes, programas, proyectos y actividades especiales de desarrollo que contribuyen a la superación de la pobreza en el país.

Estas acciones deben resolver problemas de ingresos, mejorar la calidad de vida y/o ayudar al fortalecimiento de las capacidades y destrezas de las personas más necesitadas de comunas y territorios focalizados por su alto grado de concentración de pobreza y/u otros índices de exclusión social. El programa al cual podrían acceder las mujeres emprendedoras en turismo rural, siempre y cuando su comuna sea considerada en situación de pobreza, es el de apoyo a actividades económicas para la generación de ingresos (Cuadro 17).

4.4.1.4 Corporación de fomento productivo (CORFO). La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), es el organismo del estado encargado de impulsar y promover la actividad económica nacional. Su acción se orienta a las siguientes áreas:

- ✓ La innovación y el desarrollo tecnológico.
- ✓ La modernización de las empresas que se asocian para competir.
- ✓ El mejoramiento de la gestión empresarial.
- ✓ El financiamiento y desarrollo de instrumentos financieros para atender las necesidades de las empresas.
- ✓ El desarrollo productivo regional y de sectores emergentes.

Dentro de sus programas de apoyo están: el financiamiento de inversiones de medianas y pequeñas empresas y el Fondo de asistencia técnica (FAT), Cuadro 18.

CUADRO 16. Financiamiento a proyectos de innovación.

<b>Descripción</b>
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar la ejecución de Proyectos de Innovación que favorezcan la transformación productiva del sector.</li> <li>• Contribuir a impulsar en el país procesos de innovación agraria orientados a fortalecer la competitividad de las distintas actividades de la agricultura.</li> <li>• Intercambiar visiones con los actores que participan en el desarrollo de proyectos, en los ámbitos productivo, comercial e institucional</li> </ul> <p><b>Tipo de Aporte:</b></p> <p>El criterio de financiamiento es que FIA aporta hasta un 70% del costo total del proyecto, exigiendo de la contraparte un aporte real mínimo del orden de un 30%.</p> <p>Los ítems posibles de financiar por FIA son: maquinarias y equipos valor, costo de importación, gastos de instalación y mantención durante el proyecto.</p> <p>Recursos humanos incrementales: honorarios para el personal profesional, técnico o de apoyo y consultores cuyos servicios deban contratarse específicamente para la ejecución del proyecto Viajes o traslados en el país: pasajes, gastos en locomoción o viáticos para actividades que estén consideradas dentro del proyecto.</p> <p>Insumos y suministros: insumos silvoagropecuarios, insumos para laboratorios, reparaciones y mantenimiento que sean necesarios para el desarrollo del proyecto.</p> <p>Servicios de terceros: arrendamientos o servicios varios que sean contratados por el proyecto.</p> <p>Actividades de transferencia y/o difusión: todas aquellas actividades encaminadas a difundir los resultados parciales o finales del proyecto.</p> <p><b>Beneficiarios:</b> Agentes chilenos privados o públicos, agrupaciones de productores, empresas campesinas, institutos de investigación o universidades.</p>

FUENTE: FIA, 2004.

CUADRO 17. Apoyo a actividades económicas para la generación de ingresos.

Descripción
<p><b>Objetivos</b></p> <p>Potenciar, desarrollar e instalar capacidades en las personas en el ámbito productivo y/o comercial, en función de las necesidades del entorno.</p> <p><b>Tipo de Aporte</b></p> <p>Para su implementación el Programa dispone de los siguientes componentes y líneas:</p> <p>a) Componente de Financiamiento de Inversión Productiva: 1-Línea de financiamiento de perfiles de proyectos de inversión productiva.</p> <p>b) Componente Productos de Servicios Especializados: 1. Línea de capacitación de unidades productivas. 2. Línea de asesorías y asistencia técnica. 3. Línea de comercialización. 4. Línea de formación y Capacitación laboral.</p> <p>c) Componente Proyectos de Acceso al Crédito: 1. Línea de subsidio al crédito. 2. Línea de fondo de garantías. 3. Línea de fondo rotatorio.</p> <p>d) Componente Proyectos de Apoyo para el Desarrollo del Entorno: 1. Línea de acciones de viabilización de inversiones. 2. Línea espacios de trabajo colectivo. 3. Línea de sistemas de información. 4. Línea de cooperación empresarial y generación de negocios.</p> <p>En proyectos productivos existentes o nuevos financia:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>o Infraestructura, maquinaria, herramientas, árboles frutales, semillas forrajeras, etc.</li><li>o Insumos y materiales de trabajo que se consumen durante la ejecución del proyecto.</li><li>o Financiar asesorías o consultorías destinadas a resolver los problemas específicos de una unidad productiva.</li></ul> <p><b>Beneficiarios</b></p> <p>Personas mayores de 18 años, que se encuentren en situación de pobreza y habiten o trabajen en los territorios seleccionados.</p>

FUENTE: FOSIS, 2004.

CUADRO 18. Financiamiento de inversiones de medianas y pequeñas empresas

<p><b>Descripción</b></p> <p><b>Objetivos</b> Financiar a largo plazo inversiones en activos fijos requeridas por las empresas para el desarrollo de sus actividades productivas, a través de créditos otorgados por los bancos comerciales con recursos de CORFO.</p> <p><b>Tipo de Aporte</b> Es un crédito hasta por US\$5 millones incluyendo hasta 30% para capital de trabajo, con plazos de pago de 2 a 10 años y periodos de gracia de hasta 24 meses, otorgado en dólares o en unidades de fomento, a tasa de interés fija o variable. Financia inversiones en maquinarias, instalaciones, construcciones, obras civiles, plantaciones, ganado y servicios de ingeniería y montaje, incluyendo capital de trabajo.</p> <p><b>Beneficiario</b> Empresas chilenas que desarrollen actividades productivas en los siguientes sectores: industria, agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, minería, turismo, educación, salud, servicios de ingeniería y otros servicios calificados por CORFO, con ventas anuales de hasta US\$30 millones. Este tope no rige en el caso de préstamos destinados exclusivamente a la compra de bienes de capital y servicios de ingeniería chilenos con una integración nacional de 50%.</p>
---

FUENTE: CORFO, 2004.

CUADRO 19. Fondo de Asistencia Técnica (FAT).

<p><b>DESCRIPCIÓN</b> Es un fondo que cofinancia la contratación, por parte de pequeñas y de servicios de consultoría especializada en áreas tales como finanzas, diseño, procesos productivos, comercialización, marketing, planificación estratégica y otras. Este instrumento puede ser utilizado en dos modalidades:</p> <p><b>a) FAT Individual:</b> se focaliza en un ámbito específico de gestión que la empresa desea fortalecer.</p> <p><b>Objetivos:</b> Incorporar, a través de consultorías especializadas, técnicas de gestión a la operación de las empresas o nuevas tecnologías a sus procesos productivos, que permitan mejorar su competitividad.</p> <p><b>BENEFICIARIO</b> Empresas chilenas que requieran apoyo técnico especializado externo, con ventas netas anuales no superiores a 100.000 UF (*).</p>
--

FUENTE: CORFO, 2004.

4.4.1.5 Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR). La tarea de Sernatur es fomentar el desarrollo del turismo en Chile. Por ello, es el encargado de entregar las directrices más adecuadas para que este desarrollo sea ordenado, planificado y sustentable. También vela por que la actividad turística en Chile, trascienda las fronteras y se posicione en otros países. Esta Institución no entrega recursos para apoyar al Turismo Rural, sino que trabaja en forma coordinada con organismos que sí cuentan con los recursos. Por lo anterior ha realizado distintos convenios de cooperación. Uno de ellos es el Convenio SERNATUR-INDAP. El objetivo de este convenio es trabajar en forma conjunta en el área del agroturismo, como alternativa de desarrollo de los pequeños agricultores.

Al analizar los programas e instituciones que actualmente están promoviendo y apoyando el turismo rural y dentro de éste el agroturismo, tenemos que, el organismo público que directamente está apoyando esta actividad es INDAP, con sus programas de apoyo al turismo rural y sus programas de apoyo a la mujer rural, éste último en convenio con Fundación PRODEMU. También destaca el Concurso de proyectos productivos de mujeres campesinas. Estos programas están orientados a entregar recursos, a través de subsidios, créditos y asistencia técnica, donde la principal orientación es favorecer a familias campesinas, pequeños agricultores y también a las mujeres rurales y en algunos programas se puede postular en forma individual y en otras se necesita estar asociados por un mínimo de 5 personas.

Otro organismo que apoya iniciativas de agroturismo, pero en forma asociativa es el FIA, el cual a través de un concurso de proyectos va seleccionando a nivel nacional los que han de tener ese apoyo. El criterio de financiamiento es un aporte del 70% de todos los costos incluidos en el proyecto, por lo que los interesados deben aportar el 25% restante. El llamado a concurso es una vez al año.

FOSIS, también contribuye al desarrollo del agroturismo pero en forma indirecta, ya que el programa que eventualmente se podría utilizar para apoyar este tipo de actividad es el de apoyo a actividades económicas para la generación de ingresos, pero la

limitante es que las mujeres emprendedoras deberían estar viviendo en las comunas y territorios en donde exista un alto grado de pobreza, para acceder a este programa.

CORFO, por su parte apoya a pequeñas y medianas empresas, a través del financiamiento por medio de créditos, en las áreas productivas, en donde se incluye al turismo y donde se requiere que las empresas facturen hasta un máximo de US 30 millones.

**4.4.2 Instituciones que apoyan a las emprendedoras en agroturismo.** Se analizan en este punto las percepciones de los informantes claves y de las mismas emprendedoras en agroturismo.

4.4.2.1 Según informantes claves. Las instituciones de gobierno que han contribuido al desarrollo del agroturismo en Chile son: INDAP, con un 100%, el FIA un 75%, FOSIS un 66,6%. Otras de las instituciones que apoyan a las mujeres emprendedoras son SERNATUR, con un 58,3%, SERCOTEC por un 33,3%. El Municipio y CORFO con un 25%.

CUADRO 20. Instituciones de gobierno que han contribuido al desarrollo del agroturismo en Chile.

Institución	Cantidad	%	Institución	Cantidad	%
INDAP	12	100,0	SERCOTEC	4	33,3
FIA	9	75,0	Municipalidad	3	25,0
FOSIS	8	66,6	CORFO	3	25,0
SERNATUR	7	58,3			

4.4.2.2 Según la percepción de las 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 (Cuadro 21).

CUADRO 21. Instituciones que apoyan a las mujeres emprendedoras en agroturismo.

Institución	Cantidad	Porcentaje(%)
INDAP	18	94.7
FOSIS	2	10.5
MUNICIPALIDAD	2	10.5
PRODESAL	2	10.5
SERNATUR	1	5.3
FIA	1	5.3
Total	26	

4.4.2.3 Formas de Apoyo (percepción de las mujeres emprendedoras). El 63,2% de las mujeres emprendedoras, señala que los programas las han apoyado a través de crédito y un 57,9% señala además los subsidios, la capacitación y asistencia técnica sobresale con un 52,6%.

Se debe tener presente que las mujeres emprendedoras reciben más de un apoyo proveniente de las instituciones y/o programas (Cuadro 22).

CUADRO 22. Formas de apoyo de los programas estatales a la mujer emprendedora en agroturismo.

Institución	Cantidad	Porcentaje(%)
Crédito	12	63.2
Subsidio	11	57.9
Capacitación y asistencia Técnica	10	52.6
Total	43	

4.4.2.4 Percepción del apoyo (según las mujeres emprendedoras). De 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 (Figura 13).

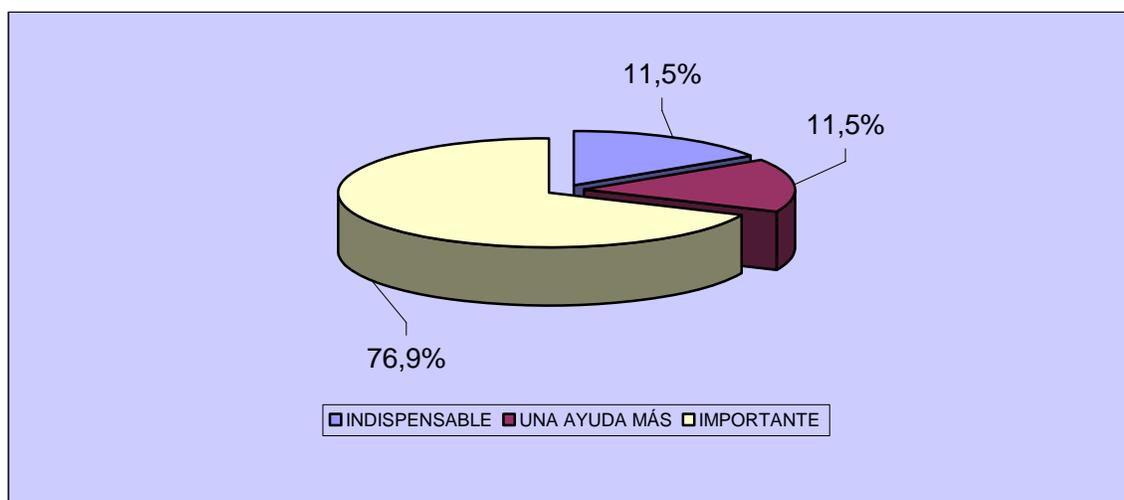


FIGURA 13. Percepción del Apoyo de los programas estatales.

**4.5 Evaluación de los programas públicos de apoyo al agroturismo.** Este punto presenta la percepción de los informantes claves.

**4.5.1 Fortalezas de los programas, según informantes claves.** El 58,3% de los informantes claves, sostienen que el principal apoyo de estos organismos a los emprendimientos son los recursos económicos que aportan. Un 50% señala que permite a los usuarios impulsar el desarrollo y la diversificación de las actividades en el agro. La asesoría técnica y la capacitación, cuentan con un 41,6% de las preferencias y aparecen en tercer lugar de importancia en cuanto al apoyo de los organismos públicos. Además, destacan la promoción y difusión que a través de los recursos aportados se pueden realizar (33,3%); sostienen además que impulsan la asociatividad (25,0%). Otro 25%, manifiesta que estos organismos basan su aporte en el conocimiento del sector y de sus usuarios (Cuadro 23).

**4.5.2 Debilidades de los programas públicos, según informantes claves.**

Los informantes claves identificaron las principales deficiencias de los programas estatales que apoyan a los emprendimientos mencionados, señalando que la primera de éstas vienen de la mano con los recursos que se invierten en este tipo de agronegocios: consideran que es aún muy insuficiente (66.6%), también reconocen que se utilizan profesionales que no son del área de turismo para llevar acabo estos

proyectos (50.3%). Además, destacan que existe poca coordinación entre instituciones públicas (50.0%), señalan que los programas no son continuos en el tiempo (50%) y reconocen que no hay una política clara en turismo rural (25%). Estas, entre las debilidades más representativas (FIGURA 14).

CUADRO 23. Fortalezas de los programas estatales.

FORTALEZAS	Cantidad	Porcentaje(%)
Recursos financieros frescos (Subsidios)	7	58,3
Impulsan el desarrollo y la diversificación de las actividades tradicionales del agro	6	50,0
Entregan asesoría técnica y capacitaciones	5	41,6
Proporcionan difusión y comercialización	4	33,3
Fomentan la asociatividad y la organización formal de los agricultores	3	25,0
Se basan en sus conocimiento del sector y de sus usuarios	2	16,6

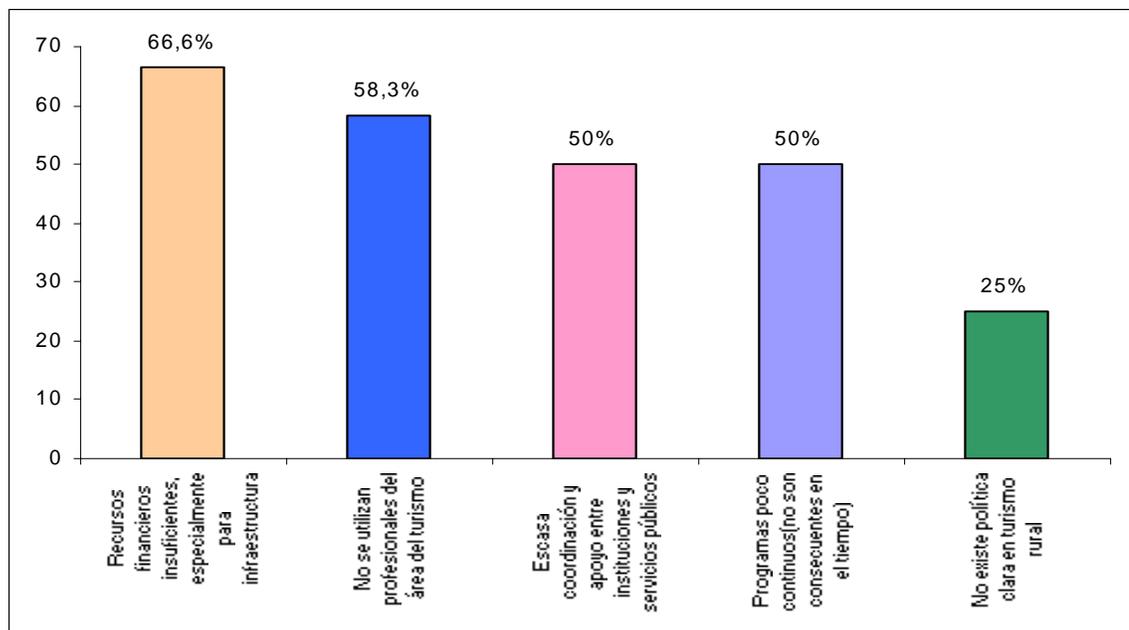


FIGURA 14. Debilidades de los programas públicos.

**4.5.3 Contribución de los programas públicos al fortalecimiento de las capacidades emprendedoras en las mujeres.** En relación, a que si los programas han contribuido al fortalecimiento de las capacidades emprendedoras de las mujeres en agroturismo, un 58% señala que de manera regular, ya que según ellos el trabajo no es sistemático ni constante en el tiempo, mientras un 42% sostiene que los programas apuntan al fortalecimiento de las capacidades emprendedoras y señalan que entregan las herramientas pertinentes para ello (Figura 15).

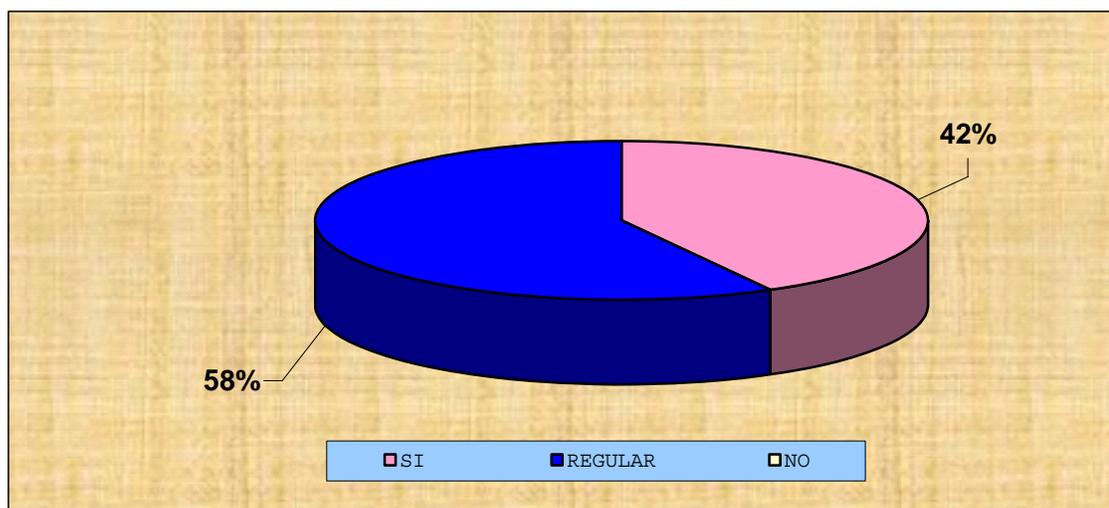


FIGURA 15. Contribución de los programas públicos al desarrollo de las capacidades emprendedoras.

**4.6 Perfil modelo de las emprendedoras en agroturismo.** Este modelo se construyó con la finalidad de identificar las principales características que deberían poseer las mujeres emprendedoras en agroturismo para manejar sus negocios de manera exitosa.

Para construir este modelo se consultó un total de siete expertos en el tema (Anexo 7) y se elaboró el perfil en base a cuatro aspectos de interés: actitudes, habilidades, conocimientos y las condiciones del entorno (Anexo 8).

**4.6.1 Actitudes necesarias.** Según los expertos dentro de las principales actitudes que deberían presentar las mujeres emprendedoras que gestionan con éxito negocios de agroturismo están: compromiso en

primer lugar, con un 80%, y le siguen en segundo lugar: la motivación (60%), valorización del medio rural y creatividad. Con un 40% sobresalen como actitudes necesarias, disciplina, dinamismo y autonomía. Por último, cabe señalar que la amabilidad, flexibilidad tienen una misma ponderación, un 20% con respecto al total de las preferencias y aparecen como actitudes valiosas de la emprendedora en cuarto lugar en importancia (Figura 16).

Se puede sintetizar que las mujeres emprendedoras en agroturismo deben contar con un conjunto de actitudes consideradas como de mayor importancia. Primero debe ser comprometida con la actividad, debe estar motivada, debe valorar el medio donde vive y tener creatividad. En tercer lugar necesita ser disciplinada en llevar a cabo la actividad, ser dinámica y autónoma.

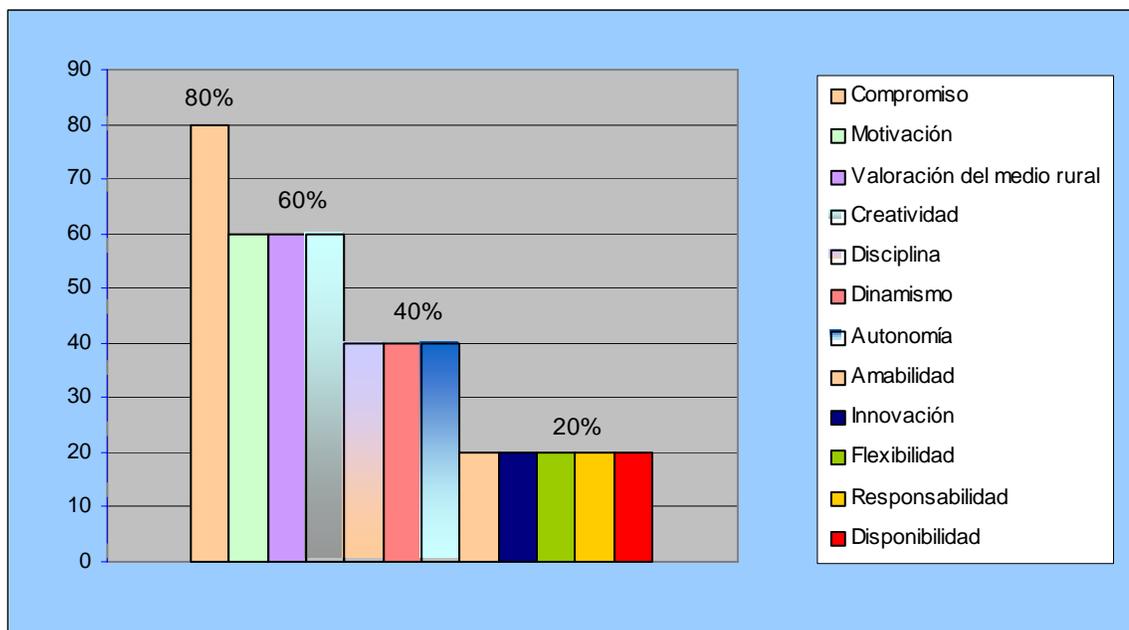


FIGURA 16. Actitudes requeridas en una emprendedora en agroturismo.

**4.6.2 Habilidades Necesarias.** Dentro de las habilidades identificadas por los expertos como necesarias para una emprendedora en agroturismo, están: la capacidad para tomar decisiones, planteada por una unanimidad (100%). Junto con ésta, deben estar presentes: la capacidad organizativa, representada por un 80% y las habilidades de comunicación y de trabajo en equipo, que tienen igual ponderación. La

disposición de servicio, por parte de las mujeres emprendedoras está en tercer lugar con un 60% de las preferencias.

Otras habilidades necesarias, identificados por los expertos son: el buen trato personal y la capacidad de liderazgo, en un cuarto lugar, con un 40% (Figura 17).

Lo anterior se puede resumir, en que dentro de las habilidades requeridas para las emprendedoras en agroturismo sobresalen: la capacidad para tomar decisiones. En segundo lugar la capacidad organizativa, habilidades de comunicación y de trabajo en equipo. En tercer lugar se destaca disposición al servicio y finalmente se destaca el buen trato personal y la capacidad de liderazgo.

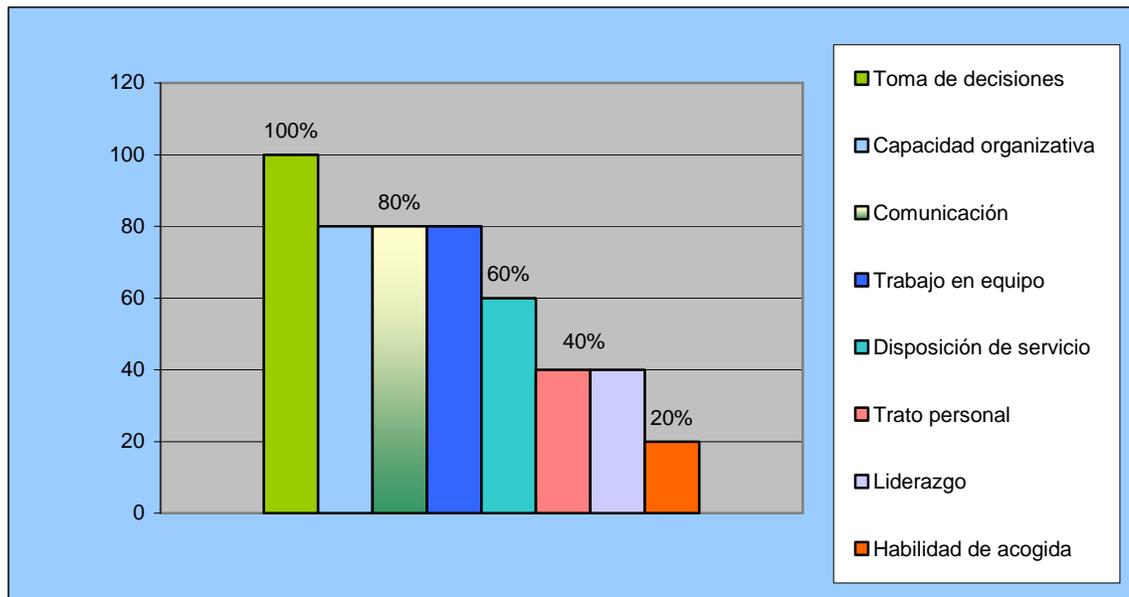


FIGURA 17. Habilidades requeridas en una emprendedora en agroturismo.

**4.6.3 Conocimientos Requeridos.** En la mujer emprendedora debe existir una amplia gama de conocimientos que le permitan manejar su emprendimiento con resultados efectivos. Conocer antecedentes de la naturaleza del agroturismo, es fundamental, por esto, tener conocimientos de turismo es mencionado por unanimidad de los expertos (100%) al igual que poseer conocimientos de gestión de empresas. En segundo lugar con un 60%, se encuentra técnicas de atención al cliente y conocimiento de la cultura regional. La gestión financiera junto con

la contabilidad y el marketing son requeridos, como conocimientos necesarios, por un 40% de los expertos. Idiomas y aspectos de gestión de personal son mencionados por un 20% (Figura 18).

Según los expertos, entre los conocimientos que debe dominar y manejar una emprendedora en agroturismo para que su iniciativa sea exitosa están en primer lugar turismo y gestión de empresas, en segundo lugar dominio de técnicas de atención al cliente y conocimiento de la cultura regional, en tercer lugar conocimientos básicos de gestión financiera, contabilidad y marketing. En cuarto lugar de importancia señalan conocimiento de otro idioma (inglés) y de gestión de personal.

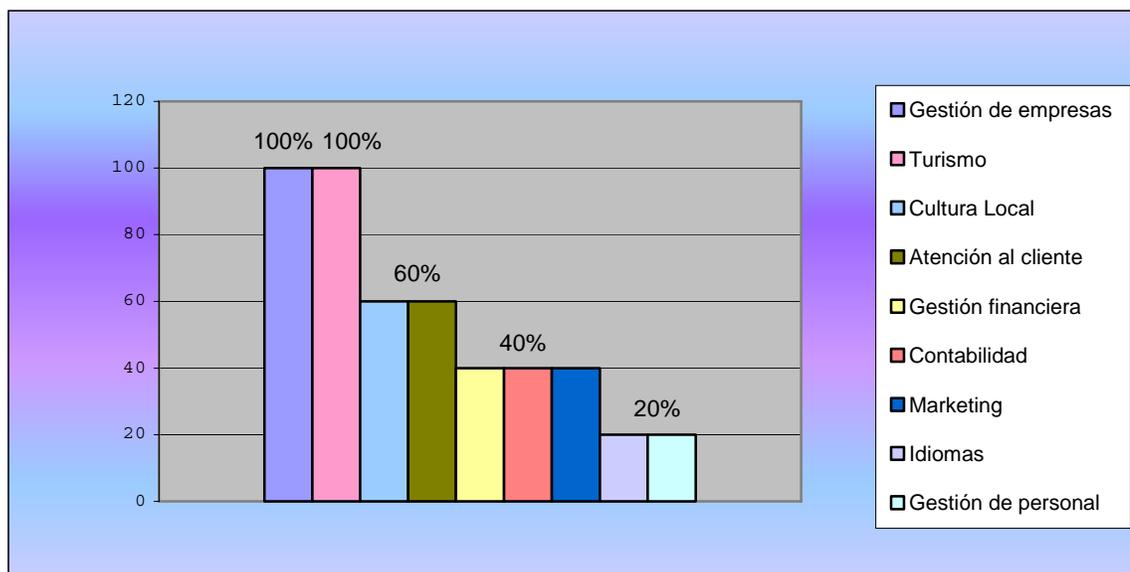


FIGURA 18. Conocimientos requeridos en una mujer emprendedora.

**4.6.4 Las condiciones necesarias del entorno.** La siguiente figura muestra las condiciones del entorno necesarias para que las mujeres que trabajan en agroturismo logren potenciar sus capacidades emprendedoras.

Dentro de los apoyos públicos que debería presentar el entorno, cabe señalar la asistencia técnica y la capacitación en las diversas áreas del rubro, siendo primordial la capacitación empresarial y la gestión de turismo rural, de igual forma el acceso a tecnologías de información y comunicación en cuanto a teléfonos, correo y/o equipos

computacionales que les permita un fácil acceso a una información actualizada concerniente al turismo y a sus tendencias, para su posterior conocimiento en lo relacionado con el estudio de mercado tanto actual como potencial. Necesita además que existan fuentes de financiamiento para sus inversiones, es decir, que estén dirigidas a la microempresa. También se requiere servicios de apoyo básicos como jardines infantiles, escuelas con internado, transporte expedito que faciliten la movilidad de las mujeres rurales y su vez la seguridad a sus hijos. La ayuda interna esta representada por el apoyo familiar que necesita, ya sea para el funcionamiento del emprendimiento y para sentir el respaldo moral y emocional. La mujer debe sentir que su familia comparte sus intereses y objetivos (Figura 19).

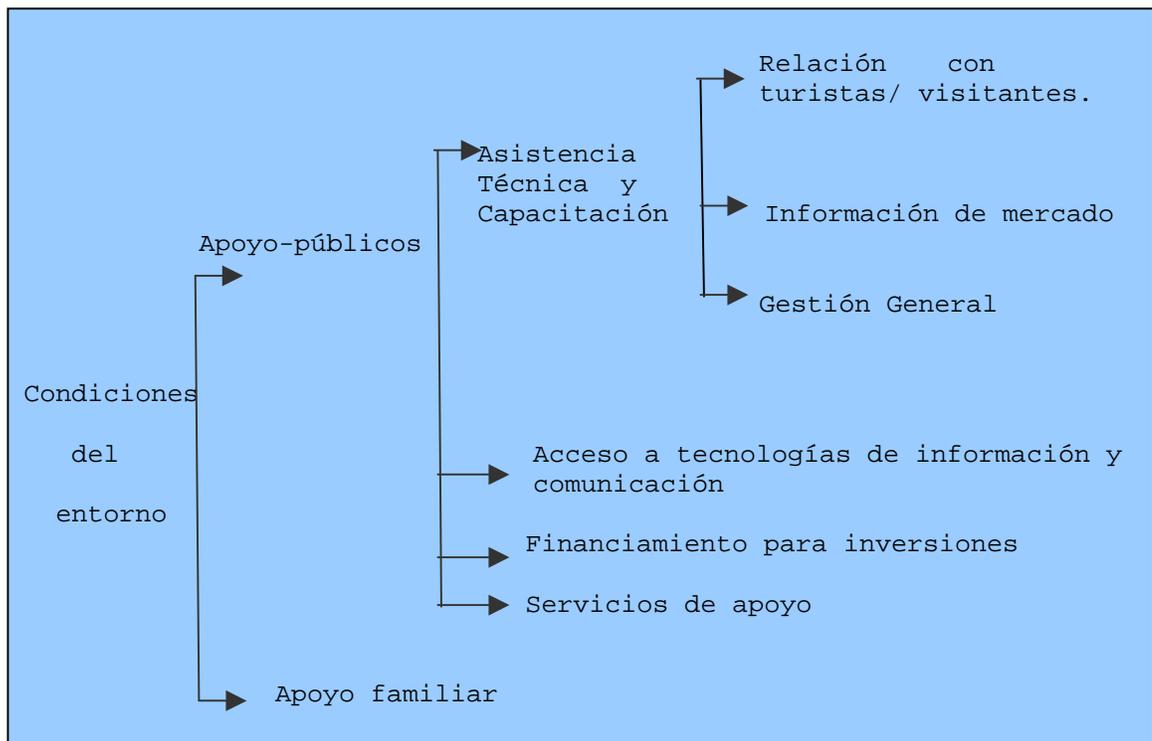


FIGURA 19. Condiciones del entorno necesarias para las emprendedoras.

**4.7 Evaluación de las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales con negocios agroturísticos.** En este punto se establecen las fortalezas y debilidades que poseen las mujeres en relación a sus capacidades emprendedoras, según los informantes claves (IC).

**4.7.1 Fortalezas de las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales.** Se refiere a las fortalezas que actualmente presentan las emprendedoras en agroturismo y fueron divididas en tres áreas de interés: actitudes, habilidades y conocimientos.

4.7.1.1 Actitudes. Las fortalezas que poseen las emprendedoras en agroturismo, en cuanto a sus actitudes, están lideradas por el compromiso y responsabilidad que asumen para desarrollar esta actividad. Dicha actitud es reconocida como una fortaleza por el 66,6% de los IC. La disciplina destaca con un 41,6%. La valorización del medio rural, también es un aspecto que se destaca en las emprendedoras en agroturismo y mencionado por un 33,3% de los IC. La creatividad y la motivación de las emprendedoras, también son una fortaleza de las emprendedoras y reconocidas por los IC en un 25%. Las actitudes como flexibilidad y autonomía también están presentes con un 8,3%. Según los IC, las mujeres emprendedoras de la muestra analizada manifiestan un compromiso y responsabilidad en llevar a cabo sus negocios agroturísticos, son disciplinadas, valoran su medio, en cuarto lugar son creativas y motivadas, también destacan en ellas su autonomía y flexibilidad (Figura 20).

4.7.1.2 Habilidades. Dentro de las fortalezas existentes en las mujeres emprendedoras en agroturismo, sobresalen la disposición y amabilidad según lo señalan el 83,3%, de los IC. Le siguen en importancia el trabajo en equipo, habilidad de acogida y capacidad de liderazgo con un 25%. La capacidad organizativa y la comunicación también son una fortaleza en las emprendedoras, según lo señalan el 16,2% de los IC.

Para los IC, las habilidades que se manifiestan como fortalezas en las emprendedoras de agroturismo de la muestra, son, en primer lugar la disposición y amabilidad que tienen estas mujeres para atender a los turistas. En segundo lugar destacan el trabajo en equipo que logran

desarrollar al interior de las redes de turismo rural donde participan, destacan también la habilidad de acogida y capacidad de liderazgo. Aspectos como capacidad organizativa y comunicación los jerarquizan en un cuarto lugar (Figura 21).

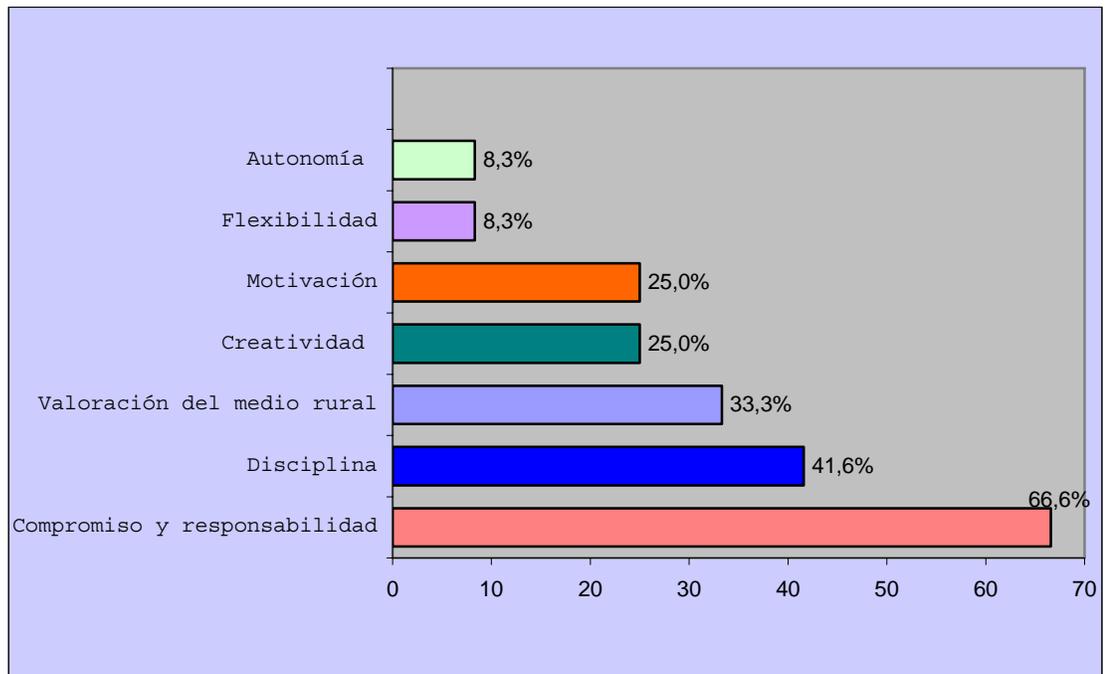


FIGURA 20. Fortalezas en las actitudes de las mujeres emprendedoras

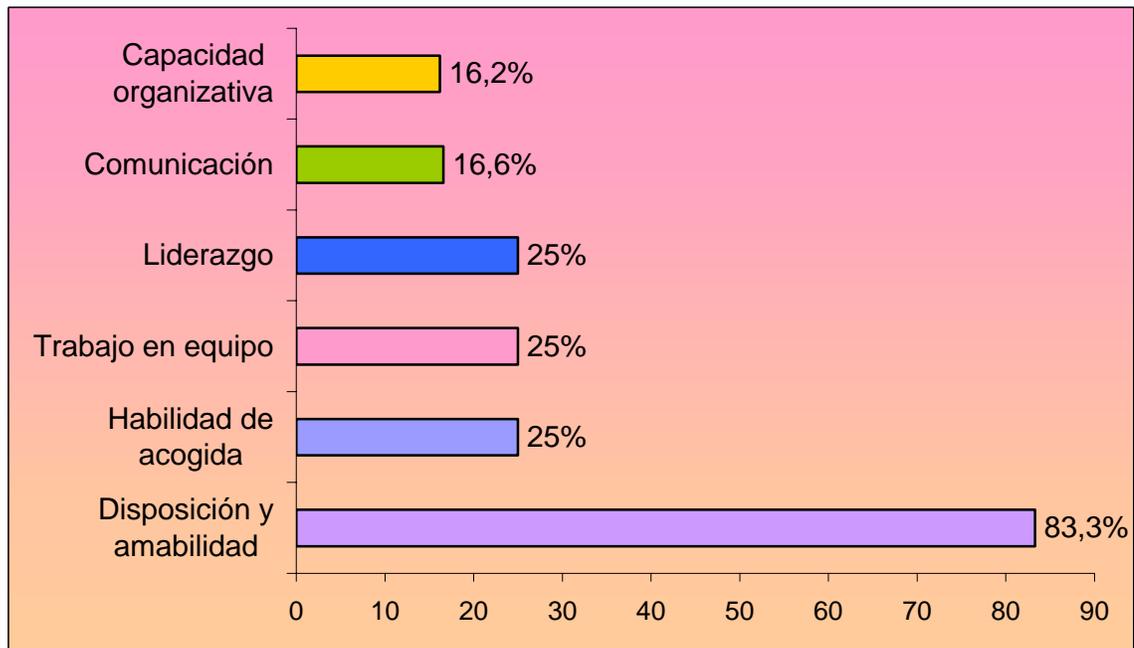


FIGURA 21. Fortalezas en las habilidades de las mujeres emprendedoras.

4.7.1.3 Conocimientos. Dentro de las áreas de conocimientos que son reconocidos como una fortaleza en las emprendedoras en agroturismo, según los IC destacan las técnicas de atención al cliente (66,4%), cultura local (49,8), turismo con un 41,5% al igual que manipulación de alimentos; repostería (33,2%), conocimientos de primeros auxilios y gestión de empresas, son considerados como presentes en un 16,6% (Figura 21).

Los IC, señalan que existen áreas de conocimiento que actualmente manejan las mujeres emprendedoras que trabajan en agroturismo, como son el manejo de técnicas de atención al cliente, que les permite relacionarse y atender a los turistas de maneja eficiente; manejo de la cultura local, que constituye un atractivo para los visitantes; turismo, que les permite entender la naturaleza del agroturismo y sus requerimientos; aspectos de manipulación de alimentos, que les permite ofrecer productos sanos y atractivos.

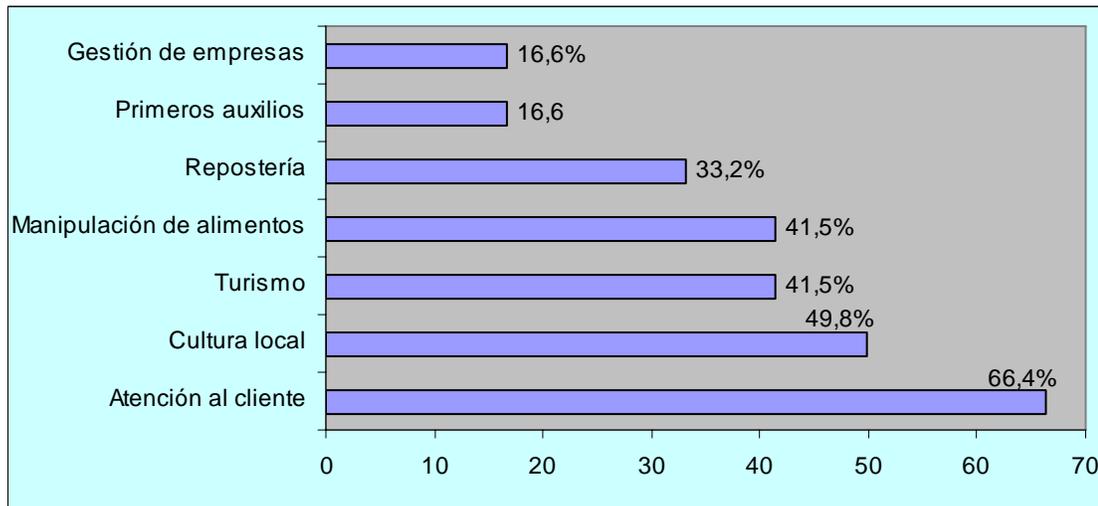


FIGURA 22. Fortalezas en conocimientos de las mujeres emprendedoras.

**4.7.2 Debilidades de las capacidades emprendedoras de las mujeres rurales.** Se refiere a las debilidades que actualmente presentan las emprendedoras en agroturismo.

4.7.2.1 Actitudes. Según los IC consultados, las mujeres emprendedoras carecen de algunas actitudes tal es el caso de la innovación y la creatividad, con un 25%. Actitudes como la autonomía, la flexibilidad y la motivación tienen igual ponderación con un 16,6%. Otras actitudes como la autoestima, disciplina y dinamismo destacan con un (8,3%)

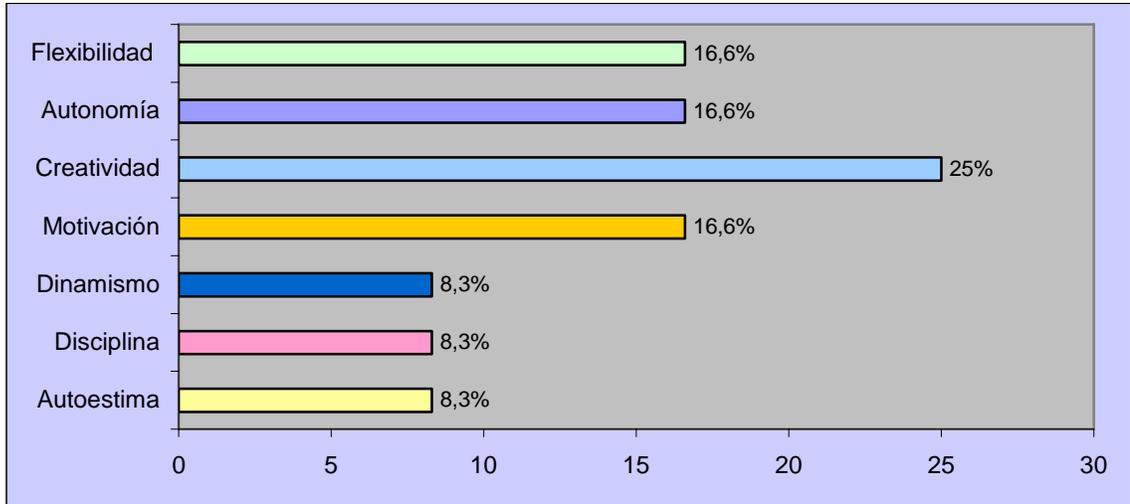


FIGURA 23. Debilidades en actitudes de las mujeres emprendedoras.

4.7.2.2 Habilidades. En este punto, las debilidades percibidas por los informantes claves en relación a las habilidades de las mujeres emprendedoras son: la toma de decisiones y liderazgo, consideradas como las más importantes, por un 41,6%. La capacidad de negociación por un 33,3%, mientras que trabajar en equipo se presenta como otra debilidad con un 16,6% al igual que la comunicación. Por último, cabe señalar que las habilidades de psicología y de capacidad organizativa representan un 8,3 con respecto al total (Figura 24).

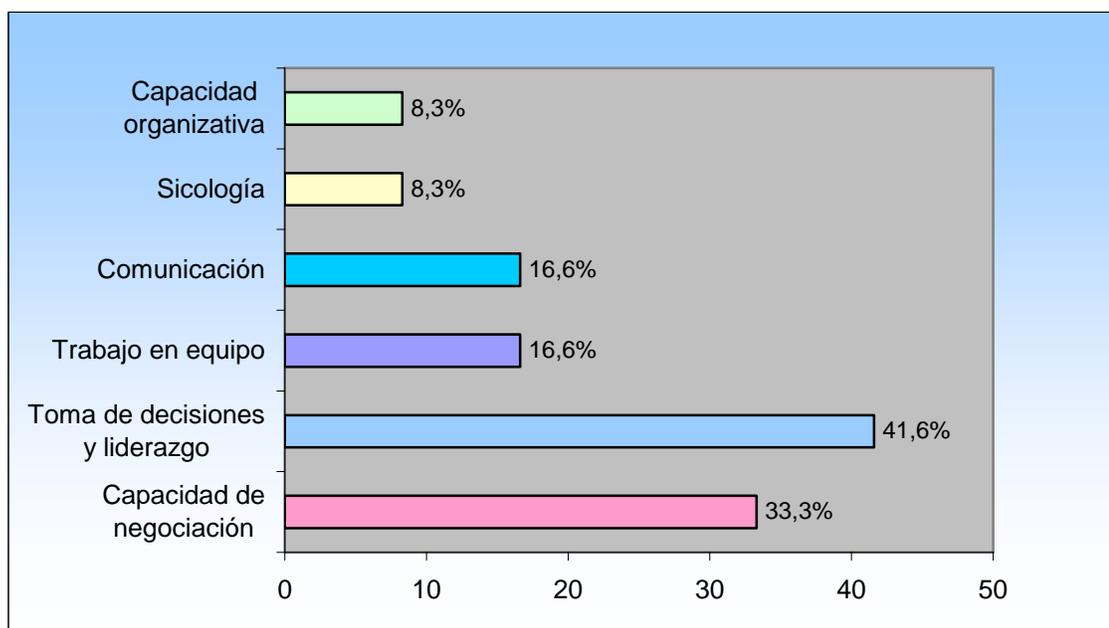


FIGURA 24. Debilidades en habilidades de las mujeres emprendedoras.

**4.7.2.3 Conocimientos.** Las debilidades de las mujeres emprendedoras en cuanto a conocimientos se traducen en el desconocimiento de técnicas de marketing y de idiomas con un 33,3%. La gestión financiera y contable también es deficiente con 16,6%. Por último, los conocimientos de economía, técnicas de atención al cliente y diseño de oferta turística están reflejado en un 8,3% (Figura 25).

**4.7.3 Debilidades, según las propias mujeres.** Durante el desarrollo de los talleres, las mujeres emprendedoras participantes identificaron sus debilidades en cuanto a los desconocimientos que poseen, 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 (Figura 26).

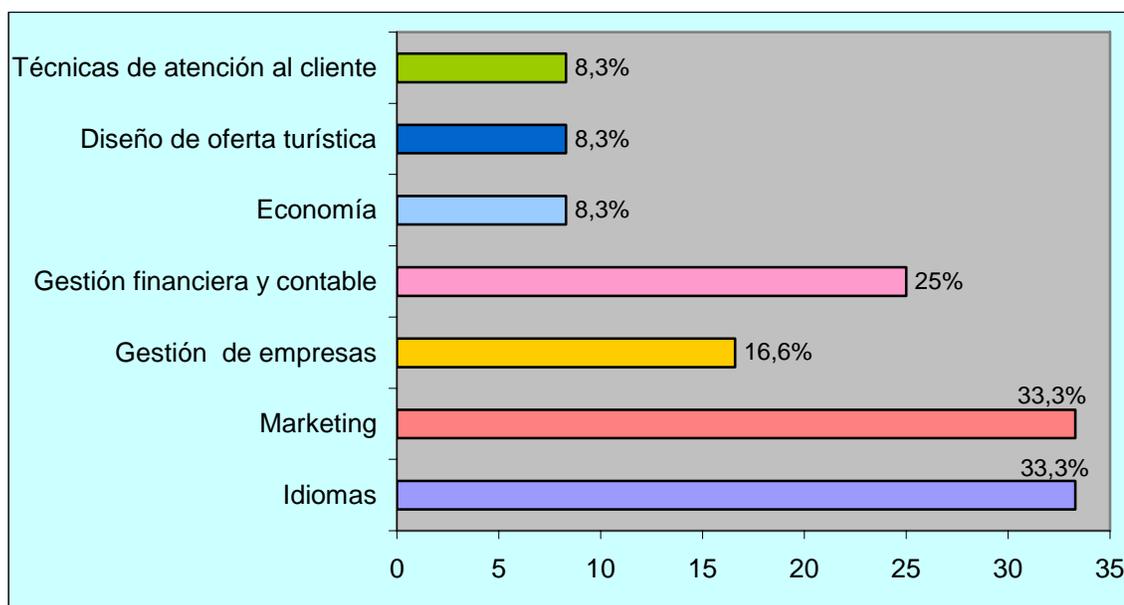


FIGURA 25. Debilidades en conocimientos de las mujeres emprendedoras.



FIGURA 26. Debilidades según las propias mujeres emprendedoras.

## 5 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, 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.

La oferta de agroturismo, está compuesta por alimentación principalmente, luego excursiones y venta de productos agrícolas, también sobresale el alojamiento con alimentación. La gastronomía es uno de los principales atractivos del agroturismo, ya que las materias primas que utilizan son productos de su propia fabricación o que están disponibles en su predio (queso, mantequilla, carne, leche, etc.)

El servicio de alojamiento ha conducido a la habilitación de algunas habitaciones en la casa predial o a la construcción de cabañas, principalmente con el propósito de recibir turistas. Cabe hacer el alcance que no todas las casas de las familias campesinas están en condiciones de ofrecer alojamiento y como es alto el costo en inversiones para su habilitación, lo más frecuente es que las mujeres emprendedoras se inicien ofreciendo alimentación y en la medida que el negocio va creciendo se van realizando inversiones, pero a un ritmo lento.

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 (curanto, o asado), 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.

Al momento de evaluar estos apoyos ellas los definen como aportes importantes para el desarrollo de esta actividad, pero sin duda, aún insuficientes. Tres son los aspectos fundamentales del apoyo estatal: aporte económico para las obras de mejoramiento físico, el apoyo en asesoría técnica, por ser una actividad nueva y el apoyo en difusión a través de ferias y eventos nacionales. En relación a las debilidades, reconocen que el aporte económico aún es insuficiente, especialmente para infraestructura y equipamiento; otra gran debilidad es la carencia de profesionales de turismo y que no existe una política clara en agroturismo que dirija y oriente su accionar.

Se puede concluir que los programas de apoyo al agroturismo no están fortaleciendo las capacidades emprendedoras en forma directa y primordial. Su acción en esta materia no ha sido del todo exitosa ya que muchos de los programas de asesorías y capacitación no son constantes en el tiempo, los cursos de capacitación y la asistencia técnica se dirigen principalmente a temas operativos y, por otro lado, la asistencia técnica se realiza por profesionales que en su mayoría, no son expertos en gestión de negocios de turismo.

Existe consenso en que las características necesarias para llevar a cabo exitosamente un negocio agroturístico son las siguientes:

a) 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.

b) 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 necesaria 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.

b) En relación a los conocimientos que debe manejar. En cuanto a conocimientos, la mujer microempresaria en agroturismo debe conocer la naturaleza 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.

c) 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 escuchar 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.

## 6 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.

## 7 RESUMEN

Las mujeres emprendedoras rurales, en la Décima Región han visto en el agroturismo una verdadera fuente de ingresos complementarios a la agricultura familiar. Para que estos emprendimientos sean viables y exitosos en el tiempo es necesario contar con capacidades emprendedoras necesarias que contribuyan al mantenimiento y desarrollo de éstos.

Esta es la temática central de esta investigación, cuyos objetivos que se plantearon, apuntan a caracterizar a las mujeres emprendedoras y a sus negocios agroturísticos. Determinar las capacidades, habilidades y actitudes necesarias de las mujeres rurales para llevar a cabo iniciativas exitosas. Establecer las principales fortalezas y debilidades de las mujeres rurales en relación a sus capacidades emprendedoras. Identificar y caracterizar las Instituciones de Gobierno y los programas que apoyan al agroturismo y que aportan al desarrollo de sus capacidades emprendedoras y proponer lineamientos, a partir tanto, de la percepción de las mujeres como de los informantes claves, acordes a las necesidades detectadas en el área de estudio para fomentar sus capacidades emprendedoras.

La muestra la constituyen un total de 45 mujeres rurales que gestionan emprendimientos de agroturismo y que a su vez participan en seis organizaciones de turismo rural de las comunas de Futrono, Corral, Puerto Octay, Puerto Montt, Calbuco y Chonchi.

Dentro de las principales conclusiones hay que señalar, que las mujeres emprendedoras en agroturismo poseen capacidades emprendedoras tales como: compromiso, responsabilidad, disciplina .Habilidades como disposición y amabilidad también son destacables. Dentro de los conocimientos que manejan sobresalen aspectos como la cultura local, técnicas de atención al cliente. Sin embargo carecen de otras capacidades que sin duda limitan su accionar, entre ellas la creatividad, autoconfianza, flexibilidad, autonomía, liderazgo. Entre los conocimientos que faltan desarrollan están: técnicas de marketing, gestión de empresas, gestión financiera y contable.

## 8 SUMMARY

Agrotourism has become an excellent source of earnings complementary to familiar agriculture for enterprising women from rural areas of the Tenth Region. Enterprising capabilities are necessary to make this adventure work, to support and develop it through time and make it successful.

This is the main topic of this investigation, its objectives aimed to make a description of the enterprising women and their businesses in the area of Agro tourism, to determine the skills, abilities and attitudes required to get success in this field, to set their strengths and weaknesses in carrying out challenging tasks, to identify and describe the governmental institutions and programs that support Agrotourism and the help needed from them and finally to set up some framework to increase their enterprising capabilities from the point of view of the women as well as from key reporters according to the needs found in the specific field of study.

The sample is made up of forty five women from the rural areas that usually manage some business in the area of Agro tourism and who participate in six rural organizations in the villages of Futrono, Corral, Puerto Octay, Puerto Montt, Calbuco and Chonchi.

The main conclusions that could be drawn were: enterprising women have some capabilities such as commitment, responsibility and discipline. They show abilities such as kindness and attitude towards work. In relation to knowledge, they know local culture, and some techniques on clients' attention. However, they lack some other attitudes and knowledge which limit their actions such as creativity, self - confidence, flexibility, self - determination and leadership. They also lack some marketing techniques, enterprise management and some financial and accountancy aspects.

## 9 BIBLIOGRAFIA

- Arias, C. 1997. Fomento del agroturismo y el turismo rural. In Agroturismo y Turismo rural en Chile. Universidad Austral de Chile. Uniprint Imprenta Universitaria. Valdivia. pp. 87-95.
- Asún, F.; P. Tapia; T. Bustamante. 2001. Manual para detectar Capacidades Emprendedoras en Microempresarios Rurales. Programa de apoyo a la microempresa rural de América Latina y el Caribe, PROMER. Santiago de Chile. pp.4-20.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 1997. Situación de la mujer rural en países del Cono Sur. pp.48-55.
- 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- N° 42-Vol XI.
- Calatrava, J. 2001. Agricultura y turismo en el medio rural. In Turismo y medio ambiente. Civitas Ediciones. SL. Cámara de Murcia, España. pp.55-60.
- Campaña, P. 1992. La perspectiva de género en el Desarrollo rural de América latina. In Género en el desarrollo rural sostenible. Una respuesta a un nuevo paradigma. Centro Internacional de desarrollo rural. pp.82-95.
- Centro Interuniversitario de Desarrollo. CINDA. 1994. Manual Creación de pequeñas empresas Innovadoras.. Santiago de Chile. pp.211-216.
- Comisión Económica Para América Latina y el Caribe, CEPAL. 1998. El Turismo rural en Chile. Experiencias de Agroturismo en Regiones del Maule, la Araucanía y Los Lagos. Serie desarrollo productivo. N° 112. pp.71-75.
- Cohen, J Y L. Manion. 1995. Métodos de Investigación educativa. Madrid.
- Crosby, A. 1993. El desarrollo turístico sostenible en el medio rural. CEFAT-NATOUR. Madrid. pp.89-96.
- Chile, Instituto Nacional de Estadísticas, INE. 2002. Resultados Censo de Vivienda y Población 2002.pp.70-85.

- Chile, Servicio Nacional de Turismo; Universidad Austral de Chile. 1995. Identificación de la Demanda Turística en la Región de Los Lagos. pp.85-97.
- Chile, Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM. 2002. Mesa Mujer Rural. Una experiencia de participación (2000-2002). pp.180-205.
- Chile, Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM. 1996. Mujer rural en Chile: Propuestas de políticas de desarrollo. pp.100-107 .
- Chile, Ministerio de Economía. Comité de fomento de la micro y pequeña empresa. 2.003. La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. pp.80-83.
- Chulvi, B. 2.000. Trabajar en un medio masculino y rural. Revista Ruralia N°3. Madrid, España. pp.43-50.
- Díaz, M. 1997. El FOSIS y el fomento del turismo rural. In Agroturismo y Turismo rural en Chile. Uniprint Imprenta Universitaria Universidad Austral de Chile. Valdivia. pp. 101-107.
- Del Rincón, D; J. Arnal; A. Latorre; A. Sans. 1995. Diseño de Investigación en la Ciencias Sociales. Dykinson Ediciones. Madrid. Pp.80-95.
- Donaire, J.1994. El turismo en una sociedad post-industrial. Algunas propuestas conceptuales. Civitas Ediciones. España. pp.55-63.
- Errázuriz, M. 1992. Mujer campesina: su situación y orientaciones. In Mujeres campesinas en América latina. ONU. pp.30-40.
- Flores, P. 1995. Creación de Nuevas empresas. Pontificia Universidad Católica de Chile. Texto de apoyo. Centro de Educación a distancia. TELEDUC. pp.19-25.
- Flores, F.; Ch. Spinosa; H. Dreyfus. 2.000. Abrir nuevos mundos. Taurus. Santiago de Chile. pp.30-45.
- Gambara, H. 1999. Diseño de Investigaciones. Cuaderno de Prácticas. Mc Graw Hill. Madrid. España. pp.53-63.
- García, A. 2003. Mujeres y Turismo rural en España. In Turismo rural una nueva oportunidad para mujeres emprendedoras. Universidad Austral de Chile - Fundación para la Innovación Agraria. Artes gráficas V Centenario. Valdivia. pp.21-29.
- Gallardo, J. 1998. Políticas públicas para el desarrollo de la pequeña agricultura. La perspectiva de INDAP. In Seminario Nacional de

- desarrollo rural. Austral Consultores Asociados y CIA. Valdivia. pp.13-26.
- Hardy, H. 1997. Proyectos de Turismo Rural. In: Agroturismo y turismo rural en Chile. Uniprint Imprenta Universitaria. Universidad Austral de Chile. Valdivia. pp. 97-100.
- Kassimati, K .1994 "Women`s employment in the tourist sector. Study of the Greek Labour market and identification of future prospects". European Commission.
- Lorés, C. 2000. Mujer rural en España. Universidad de Huesca. CEDERUL. España. pp.56-63.
- Mansilla, N. 2003. Situación de la mujer rural en el mundo. Informe del III Congreso Mundial de Mujeres rurales. In Turismo rural una nueva oportunidad para mujeres emprendedoras. Artes gráficas V Centenario. Universidad Austral de Chile-Fundación para la Innovación Agraria. Valdivia. pp.17-20.
- Marchena, M. 1991. Turismo y desarrollo regional. Revista Estudios Turísticos, núm. 119-120, pp.39-58.
- Martínez, L. 1998. Turismo Rural: Una nueva alternativa de agronegocios. In Turismo Rural y Desarrollo Sustentable. SYNERGY Consultores Ltda. pp.17-41.
- Martínez, L. 1999. El turismo rural: la tarea de INDAP. In "El llamado de la Tierra". 4º Seminario Internacional de Turismo Rural. pp.27-44.
- Martínez, J Y L. Pérez. 2001. Manual de gestión empresarial con enfoque de género. Programa de apoyo a la microempresa rural de América latina y el Caribe PROMER. Santiago de Chile.
- Ministerio de Comercio y Turismo de España. 1994. Manual del empresario en turismo rural. Madrid. pp.56-67.
- Monares, P.; Monares, A.; Bustamante W. 2.002. Gestión de nuevos negocios para la microempresa rural. Programa de apoyo a la microempresa rural PROMER (IICA-FIDA).pp.22-23.
- Nanning, M. Y J. Rivera 1992. Creación de nuevos negocios. Una alternativa de desarrollo personal y empresarial. Pontificia Universidad Católica de Chile. Dirección de educación a distancia TELEDUC. pp.41-47.

- Nueno, P. 1994. *Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas.* Deusto, Bilbao. España. pp.12-17.
- Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO). 1998. *Mujer rural y seguridad alimentaria: estado actual y perspectivas.* pp.8-12.
- Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO). 2000. *Situación de la mujer rural en Chile: recopilación y actualización de antecedentes.* Santiago, Chile. pp.7-28.
- Oyarzún, E. 2001. *Análisis de la Red Agroturismo Chiloé.* Universidad Austral de Chile. Gobierno Regional de Los Lagos. pp. 45-56.
- Padilla, M. 2000. *Mujer rural.* Programa de Género del Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP. pp.10-15.
- Patton, M. 1995. *Técnicas de investigación en Ciencias Sociales.* Madrid. pp.10-15.
- Patri, J. 1998 *Agroturismo en Chile. Situación y Perspectivas.* Fundación para innovación Agraria. Santiago de Chile. pp.60-67.
- Pérez, L. Y F. Campillo 2000. *La empresaria, el empresario y su relación con el sistema familiar. Modulo 2.* San José de Costa Rica. pp.25-29.
- Programa de Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD)- Fundación Nacional para la superación de la pobreza. 2000. *Proyecto generación de redes para la superación de la pobreza. Mujer Rural-Archivador.* Santiago de Chile. pp.50-67.
- Rojas, C. 1995. *Creación de nuevas empresas.* Pontificia Universidad Católica de Chile. Centro de Educación a Distancia. TELEDUC.pp.19-24.
- Rivas, H. 1999. *Perspectivas de desarrollo del turismo rural en Chile.* Documento de trabajo. SERNATUR. pp.11-13.
- Sampedro, R. 2002. *Las mujeres rurales ante el reto de la desagrarización. In mujeres y sociedad rural. Entre la inercia y la ruptura.* Unión Europea. Fondo Social Europeo. Madrid. pp.15-25.
- Szmulewicz, P. 1998. *Mujeres y Turismo Rural en España.* M/s. Trabajo Doctorado en Economía Aplicada. Valencia. España. pp.19-23.

- Szmulewicz, P. 1996. Agroturismo. Una nueva alternativa económica en el medio rural. Tesis Magíster en desarrollo Rural. Universidad Austral de Chile. Valdivia. pp.60-69.
- Szmulewicz, P. 2.000. Calidad de Recursos Humanos para un Turismo rural sustentable. Revista Gestión Turística N°5 Año 2.000. Universidad Austral de Chile. Instituto de Turismo. pp.19-30.
- Toledo, U. 2.001 Ejercicio de Construcción de un Ideal-Tipo de la vida social: el caso de emprendedor. Cinta de Moebio N° 12. Facultad de ciencias sociales. Universidad de Chile. pp.45-57.
- Ulloa, H. 1998. Turismo rural y pequeña agricultura en la Décima Región. In Seminario Nacional Desarrollo Rural. Austral Consultores Asociados y CIA. Valdivia. pp.33-38.
- UACH-INDAP. 1997. Lineamientos estratégicos del turismo rural para la Décima Región de Los Lagos. pp.50-56.
- Valdés, X. 1995. Mujer Rural y Mercado laboral. Servicio Nacional de la Mujer. Santiago de Chile. pp.13-20.

## **ANEXOS**

**ANEXO 1**

**PAUTA GRUPOS DE DISCUSIÓN**

1- Mencionen los programas de gobierno que promueven el desarrollo del agroturismo y que le han ayudado a Ud. para llevar a cabo esta actividad.

2- Cómo calificaría los programas de apoyo estatal para fomentar el agroturismo que Ud. ha recibido, en relación a sus

Fortalezas: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Debilidades: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Que recomendaciones les haría: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3- Cuáles han sido los tres principales obstáculos que han tenido que enfrentar para llevar a cabo esta actividad.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4- Áreas que les gustaría fortalecer dentro de la gestión de sus emprendimientos

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5- Proponga acciones para fortalecer sus habilidades emprendedoras y de esta forma llevar con éxito su emprendimiento.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## ANEXO 2

### ENTREVISTA A INFORMANTES CLAVES

- A) A su juicio, cuáles son los programas de gobierno que han contribuido al desarrollo del agroturismo en nuestro país.
- B) Cómo evaluaría Ud. estos programas en relación a sus Fortalezas, Debilidades. Que recomendaciones podría hacerle a éstos.
- C) A su juicio, cuáles son las habilidades emprendedoras presentes y ausentes en las mujeres de las redes de agroturismo/iniciativas individuales.
- D) Que programas específicos se han realizado para fomentar el desarrollo de capacidades emprendedoras de las mujeres que lideran estas iniciativas.
- E) Determine las necesidades de capacitación y formación aún pendientes por desarrollar.
- F) Que acciones propondría para mejorar las habilidades emprendedoras de las mujeres en agroturismo.

**ANEXO 3**

**CUESTIONARIO PANEL DE EXPERTOS**

1- De este listado, ponga nota de 1 al 7 según importancia de cada uno de los ítem.

ACTITUDES	HABILIDADES	CONOCIMIENTOS
__Valoración del medio rural	__Toma de decisiones	__Gestión de empresas
__Creatividad	__Capacidad organizativa	__Marketing
__Innovación	__Capacidad de	__Turismo
__Disciplina	__Observación	__Idiomas
__Amabilidad	__Liderazgo	__Gestión de personal
__Dinamismo	__Trabajo en equipo	__Cultura local
__Disponibilidad	__Trato personal	__Gestión financiera
__Flexibilidad	__Capacidad de	__Relaciones humanas
__Autonomía	__Negociación	__Atención al cliente
__Responsabilidad	__Comunicación	__Economía
__Motivación	__Sicología	__Diseño de oferta turística
__Compromiso	__Habilidad de acogida	__Contabilidad
	__Disposición de servicio	

2- Qué otras características debería tener el perfil de las mujeres que trabajan en agroturismo que no estén incluidas en el listado anterior pero que Ud. considera importante.

---



---



---

3- Qué tipo de acciones recomendaría para fortalecer las habilidades emprendedoras en las mujeres que trabajan en agroturismo.

---



---

ANEXO 4

FICHA PROGRAMAS ESTATALES DE APOYO A MUJERES EN AGROTURISMO

INSTITUCIÓN	
NOMBRE DEL PROGRAMA	
TIPO DE BENEFICIARIOS	
DESCRIPCION DEL PROGRAMA	Objetivos:
	Que financia:
	Beneficios:
	Requisitos:

**ANEXO 5**

**ENCUESTA A MUJERES EMPRENDEDORAS**

1- Nombre		
2- Dirección		
3- Empresa		
4- Servicios que ofrece	<input type="checkbox"/> Alojamiento y alimentación <input type="checkbox"/> Sólo Alojamiento <input type="checkbox"/> Sólo Alimentación <input type="checkbox"/> Excursiones <input type="checkbox"/> Actividades Agroturísticas Cuáles: _____ _____ _____	
5-Nombre del Propietario(a) predio:		
6-Edad (mujer emprendedora)	<input type="checkbox"/> Menos de 30 AÑOS <input type="checkbox"/> 46 a 60 AÑOS <input type="checkbox"/> 31 A 45 AÑOS <input type="checkbox"/> MÁS de 60 AÑOS	
7-Escolaridad	<input type="checkbox"/> Enseñanza Básica Completa <input type="checkbox"/> Enseñanza básica incompleta <input type="checkbox"/> Enseñanza Media Completa <input type="checkbox"/> Enseñanza Media Incompleta <input type="checkbox"/> Enseñanza técnico profesional Completa <input type="checkbox"/> Otros : _____ Mencione _____	
8- N° de hijos/edades	<input type="checkbox"/> Sin Hijos <input type="checkbox"/> 1 y 2 Hijos <input type="checkbox"/> 2 y 3 Hijos <input type="checkbox"/> 4 y 5 hijos <input type="checkbox"/> Más de 5 Hijos	9-Edades:
11-Con quien vive	Hijos _____    Cónyuge _____    Padres _____ Hermanos _____ Otros _____	
12-Desde cuándo Ud. trabaja en agroturismo		
a) Menos de 1 año _____    b) 1 a 2 años _____    c) 2 a 3 años _____ d) 3 a 4 años _____    e) Más de 4 años _____		
13-Cuáles fueron principales motivaciones que la llevaron a esta actividad		
a) Motivación Económica _____    b) Motivación Social _____		

c) Motivación de Reconocimiento \_\_\_\_\_

14-Qué actividades Ud. realiza en su negocio

a) Se encarga de la comercialización de su negocio \_\_\_\_\_

b) Se encarga de atender y acompañar a los turistas \_\_\_\_\_

c) Se encarga del aseo del hospedaje y orden del predio \_\_\_\_\_

d) Se encarga de llevar las cuentas de su emprendimiento \_\_\_\_\_

e) Se encarga de hacer gestiones comerciales (con bancos, instituciones gubernamentales, instituciones financieras) \_\_\_\_\_

f) Otras \_\_\_\_\_

15-Su familia la apoya en esta actividad

Sí: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

En caso de responder Si, continúe con la siguiente pregunta

En caso de responder No, pase a la pregunta 18

16-En qué forma la apoyan sus hijos en el negocio: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

17- En qué forma la apoyan su esposo/cónyuge en el

negocio: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18-Cómo ha influido en Ud. trabajar en agroturismo

A)Tengo más confianza en mí misma \_\_\_\_\_

b)Tengo más personalidad y participación en mi red/comunidad \_\_\_\_\_

c)Tengo más reconocimiento por mi trabajo, al interior de mi familia \_\_\_\_\_

g) No me ha influido en nada \_\_\_\_\_

h) Tengo menos tiempo para mí y mi familia \_\_\_\_\_

i) Me ha traído problemas al interior de mi familia \_\_\_\_\_

Cuales \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

19-Que cursos de capacitación ha recibido

a) Atención al público \_\_\_\_\_ b)Conciencia Turística \_\_\_\_\_

c)Contabilidad Básica \_\_\_\_\_ d) Manipulación de Alimentos \_\_\_\_\_

e) Elaboración de Conservas \_\_\_\_\_ f) Repostería \_\_\_\_\_  
g) Turismo Rural \_\_\_\_\_ h) Comercialización \_\_\_\_\_  
i) Otros. Mencione \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
20- Ha recibido apoyo de algún organismo estatal para su iniciativa de agroturismo: Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_  
Si la respuesta es Sí pase a la siguiente pregunta  
21- De qué organismos \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
22- De qué forma se ha materializado este apoyo  
a) \_\_\_\_\_ A través de Créditos b) \_\_\_\_\_ A través de subsidios  
c) \_\_\_\_\_ A través de Capacitación d) \_\_\_\_\_ Asistencia técnica  
e) \_\_\_\_\_ De otra forma  
23- Cómo considera el apoyo recibido en su proyecto de agroturismo  
a) \_\_\_\_\_ Indispensable b) \_\_\_\_\_ Una ayuda más c) \_\_\_\_\_ Perjudicial  
d) \_\_\_\_\_ Importante e) \_\_\_\_\_ De poca importancia f) \_\_\_\_\_ Sin importancia  
24- Que áreas del conocimiento Ud. considera necesarias para desarrollar en mejor forma esta actividad. Asigne una nota del 1 al 7 según importancia que Ud. le asigne a cada una de ellas. Marque con una X las áreas que estima que a Ud. le falta por desarrollar  
\_\_\_\_\_ Gestión de empresas \_\_\_\_\_ Marketing \_\_\_\_\_ Turismo \_\_\_\_\_ Idiomas  
\_\_\_\_\_ Gestión de personal \_\_\_\_\_ Cultura local \_\_\_\_\_ Gestión financiera  
\_\_\_\_\_ Relaciones humanas \_\_\_\_\_ Atención al cliente \_\_\_\_\_ Economía  
\_\_\_\_\_ Diseño de oferta turística \_\_\_\_\_ Contabilidad  
25- Qué actitudes personales Ud. cree que son necesarias para llevar cabo esta actividad. Asigne una nota del 1 al 7 según importancia que Ud. le asigne a cada una de ellas. Marque con una X las actitudes que estima que a Ud. le falta por desarrollar:  
\_\_\_\_\_ Motivación \_\_\_\_\_ Perseverancia \_\_\_\_\_ Responsabilidad  
\_\_\_\_\_ Creatividad \_\_\_\_\_ Flexibilidad \_\_\_\_\_ Compromiso \_\_\_\_\_ Disciplina  
\_\_\_\_\_ Amabilidad \_\_\_\_\_ Autonomía

26-Qué habilidades personales Ud. considera que aún falta desarrollar en su persona y que le gustaría mejorar para desarrollar en mejor forma esta actividad.

Toma de decisiones     Capacidad organizativa     Capacidad de observación  
 Liderazgo     Trabajo en equipo     Trato personal  
 Capacidad de Negociación     Comunicación     Psicología  
 Habilidad de acogida     Disposición de servicio

27-De estos tipos de actividades: cuáles han resultado más beneficiosas para Ud.

Giras Tecnológicas     Seminarios     Cursos

28-En que aspectos le han ayudado

---

---

---

---

29-En qué otras agrupaciones(asociaciones) ha participado o participa Ud. actualmente.

---

---

---

**ANEXO 6**

**INFORMANTES CLAVES**

<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>
Gabriela Asencio	Consultora de INDAP, para la red de turismo rural Tres Islas. Calbuco.
Pedro Burgos	Encargado oficina de Turismo. I. Municipalidad de Panquipulli.
Tamara Cárdenas	Consultora INDAP, Red Doña Cotty de Canán. Chonchi
Rosa González	Consultora Red Futronhue. Futrono
Francisco Hidalgo	Consultor INDAP, Red Carretera Austral
Gabriel Inostroza	Asociación de municipios de Chiloé. Consultor en turismo rural.
Yeisy Lebreton	Prodesal Corral. Asesora Red Turismo rural Corral-Chaihuín
Claudia Lopetegui	Funcionaria INDAP, Valdivia. Encargada programa Rural Joven.
Christian Naglieri	Consultor en turismo rural y profesional I. Municipalidad de Valdivia
Alexis Palma	Prodesal. Comuna de Valdivia
Simón Pérez	Evaluador proyectos de turismo. Sercotec. Valdivia
Carolina Vargas	Prodesal. Puerto Octay. Consultora Red de turismo Las Gaviotas.

## ANEXO 7

### Panel de Expertos

NOMBRE	CARGO
Javier Solsona	Experto en turismo rural de España. Autor de libro "Alojamiento turístico rural". Gestión y Comercialización.
Ana García	Experta en turismo Rural de España. Directora del proyecto "Mujer, turismo y medio ambiente" del Fondo Social Europeo Profesora del postgrado en turismo rural de la U. de Oviedo.
César Guala	Administrador Empresas de Turismo. Consultor en temas de Turismo rural. Encargado del programa de Turismo rural de INDAP en la IX Región.
Jorge Zamora	Ingeniero Agrónomo. Profesor Universidad de Talca. Experto en marketing y turismo rural.
Marcelo González	Administrador de Empresas de Turismo. Encargado del programa de turismo rural de INDAP, VIII Región.
Luis Martínez	Ingeniero en Administración Agroindustrial. Encargado Nacional del Programa de Turismo Rural de INDAP.
Humberto Rivas	Encargado del Area de Planificación a nivel Nacional del Servicio nacional de turismo. SERNATUR.

## ANEXO 8

### CONCEPTOS UTILIZADOS

Capacidad: lo que puede realizarse en la fase actual del desarrollo con un entrenamiento suplementario.

Habilidad: serie de características que han sido aprendidas por un individuo hasta el grado de poder ejecutarlas con rapidez y esmero.

Conocimiento: conjunto de saberes, producto de un aprendizaje formal o informal que ha sido objeto el individuo.

Compromiso: acto social, a través del cual un sujeto asume los valores que le son propios, expresando de esta forma, su manera de ser. Se considera comprometido a un individuo cuando ha decidido hacer o no hacer alguna cosa.

Motivación: necesidad o deseo que dinamizan la conducta dirigiéndola hacia una meta.

Creatividad: capacidad para producir ideas u objetos que sean al mismo tiempo novedosos y validas.

Disciplina: cuando la habilidad conseguida en un área de estudios influye en la aptitud de la inteligencia en general.

Autonomía: disposición intelectual. Adquiere una autonomía funcional el proceso o el mecanismo que se utilizó con un propósito determinado y se hace luego independiente, convirtiéndose en un fin en si mismo y adquiriendo carácter de motivación.

Responsabilidad: capacidad de responder a acuerdos y compromisos.

Disponibilidad: es el acto de voluntad y disposición del individuo para la realización de actos que requieren una aplicación de energía fuera de lo corriente.

## CURRICULUM VITAE

### 1- Antecedentes Personales

Nombre	Norma Edith Mansilla Sandoval
Cédula de Identidad	12.125.169-8
Fecha de Nacimiento	18 de Julio 1973
Nacionalidad	Chilena
Fono Casa	65-330206
Dirección	Sector Panitao. Parcela 4. Puerto Montt
Estado Civil	Casada
Email	<u><a href="mailto:nmansilla@willnet.cl">nmansilla@willnet.cl</a></u>

### 2- Antecedentes Académicos

**Año 1997** Se titula de Administrador de Empresas de Turismo, con Distinción. Universidad Austral de Chile.

### 3- Antecedentes Laborales

**Año 2005** Docente en asignaturas de Turismo en: Tecnológico Universidad de Los Lagos, INACAP, Universidad Santo Tomás en Puerto Montt. Para carreras de Ingeniería en Turismo y Técnico en Turismo.

**Año 2003** Coordinadora Ejecutiva del Diplomado en Turismo Rural, del Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile.

**Año 2003** Dicta el curso de Capacitación : Creación de iniciativas de turismo Rural. Para el Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola (IICA), en la Ciudad de Panamá, 25-27 de Agosto, 2003.

**Año 2003** Integra el comité organizador del Primer Encuentro de Mujeres Emprendedoras en Turismo Rural. Universidad Austral de Chile- Fundación para la Innovación Agraria (FIA).

### 4- Otros Antecedentes Académicos

**Año 2003** Participa como expositora en el Ier. Encuentro de mujeres Emprendedoras en Turismo Rural, con el tema: "**Situación de la Mujer Rural en el mundo**". Valdivia, Enero 2003.

**Año 2002** Participa como expositora en las "Jornadas de Agroturismo", presentando el tema: "**Innovación productiva y Mujeres rurales**". Universidad Austral de Chile.

### 5- Publicaciones

**Año 2003** Situación de la Mujer Rural en el Mundo. Informe el III Congreso Mundial de Mujeres Rurales. En Turismo Rural: Una nueva oportunidad para mujeres emprendedoras. Universidad Austral de Chile. Fundación para la Innovación Agraria.

**Año 2003** La responsabilidad de las mujeres en el desarrollo del turismo rural. Coautores: E. Oyarzún, P. Szmulewicz, C. Gutiérrez. En Turismo Rural: Una nueva oportunidad para mujeres emprendedoras. Universidad Austral de Chile. Fundación para la Innovación Agraria.