

Acceso a la autonomía económica de las mujeres a través del turismo rural: el caso de la isla de La Palma

Ana M^a Morales Hernández¹

Universidad de La Laguna

ana.morales.hdez@gmail.com

Carlos Fernández Hernández²

Universidad de La Laguna

cferher@ull.es

RESUMEN

La división sexual del mercado de trabajo en los espacios rurales repercute en la actividad del turismo rural. Las mujeres participan en menor medida que los hombres del mercado laboral y, cuando lo hacen, ocupan mayormente puestos de trabajo temporal o a tiempo parcial, orientados al sector servicios. Estas características encajan con la discontinuidad y flexibilidad de la demanda turística, así como con las labores que exige la oferta alojativa de turismo rural.

A través de un estudio cuantitativo de las personas propietarias de casas rurales de la isla de La Palma, se observa que las mujeres reciben un significativo mayor porcentaje de ingresos a partir del turismo rural que los hombres. Sin embargo, estos ingresos económicos no son lo suficientemente amplios como para garantizar una renta completa que permita su autonomía económica a través del turismo rural.

PALABRAS CLAVE: mercado laboral rural, género, turismo rural, autonomía económica, La Palma.

¹ Investigadora del Programa de Doctorado de Desarrollo Regional, Formación y Empleo. Universidad de La Laguna.

² Profesor del Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos. Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Universidad de La Laguna.

1. INTRODUCCIÓN

La autonomía económica de las mujeres en los espacios rurales está estrechamente relacionada con el tipo de participación que realizan en el mercado laboral remunerado del medio rural, lo cual determina sus posibilidades de independencia y sus condiciones de vida. La tradicional división sexual del trabajo, con la asignación de distintos roles y tareas en función del género de los miembros del grupo familiar, ha dificultado su acceso a recursos y oportunidades, de manera más acusada en los entornos rurales. Tradicionalmente, los hombres han asumido el trabajo productivo, con la generación de ingresos económicos y el reconocimiento público de sus labores, mientras que las mujeres han quedado relegadas al desarrollo de trabajos reproductivos y empleos temporales y parciales, sin la suficiente estabilidad económica y visibilidad social de las tareas que realizan.

En esta línea, la propia ruralidad ha obstaculizado el acceso de las mujeres a empleos remunerados, no sólo por la mayor escasez de servicios básicos de atención a la infancia y personas dependientes que dificultan la conciliación laboral y familiar, sino también por las expectativas culturales y las normas sociales con respecto al papel que tradicionalmente se les ha asignado como deber a cumplir en el cuidado de sus familias. De esta forma, se han restringido sus oportunidades de acceso al mercado de trabajo remunerado, a la par que sus aspiraciones profesionales han tenido un papel secundario (Little & Panelli, 2003).

No obstante, las contribuciones laborales de las mujeres en los entornos rurales han sido fundamentales para el desarrollo socioeconómico del medio rural. Principalmente, las mujeres rurales se dedicaban a las tareas de explotación agraria en calidad de “ayuda familiar”, la elaboración de productos artesanales, en muchos casos desde la economía sumergida, el trabajo en negocios familiares, o como asalariadas del sector agrícola y ganadero, y de la industria alimentaria de manera estacional (Langreo Navarro y Benito García, 2005).

A partir de los años noventa, se observa un salto cualitativo en la incorporación de las mujeres al trabajo productivo remunerado, especialmente, entre el grupo de entre 25 a 45 años de edad (Alario, Baraja y Pascual, 2008). La asalarización del trabajo

femenino ha sido la principal característica de la participación de las mujeres en el mercado laboral (Cánoves Valiente y Blanco Romero, 2008). Los decrecientes rendimientos económicos de la agricultura tradicional, así como los cambios en los modos de vida y el incremento del consumo fueron factores que hicieron necesaria la incorporación del salario femenino a la unidad familiar (Viruela Martínez y Domingo Pérez, 2000). Asimismo, las mujeres encontraron mayores alternativas de empleo fruto del mejoramiento de su nivel formativo y del aumento de las oportunidades de trabajo a través de la terciarización de la economía, ajustando sus necesidades y aspiraciones a las nuevas oportunidades ofrecidas.

El sector servicios ha sido fundamental para la fijación de población en el medio rural, como alternativa laboral ante los procesos de reestructuración económica (Gómez García y Rico González, 2005). Así, mientras la agricultura ha tendido a la masculinización, los servicios han manifestado una propensión a su feminización. Se trata de una “asalarización de funciones” que las mujeres han ejercido tradicionalmente como trabajo reproductivo en el espacio doméstico (Viruela Martínez et al., 2000), manteniendo la división sexual del trabajo a través de una segregación horizontal de la ocupación que orienta a las mujeres, principalmente, a labores de servicio y cuidados, hostelería, comercio, educación y sanidad (Alario et al., 2008).

A su vez, la inserción laboral de las mujeres rurales continúa marcada por las exigencias de sus responsabilidades reproductivas y las posibilidades de conciliación familiar y laboral. La maternidad y el matrimonio son factores que influyen enormemente en el abandono de las mujeres del mercado laboral (Gómez García et al., 2005). De esta forma, la participación laboral de las mujeres se define en base a su identidad de género, en tanto su vida laboral se encuentra interrumpida por las responsabilidades reproductivas que condicionan su capacidad para asumir el trabajo remunerado (Cánoves Valiente et al., 2008). Como resultado de la necesidad de compatibilizar el trabajo reproductivo, se observa una notable ocupación de las mujeres en trabajos temporales y a tiempo parcial en los entornos rurales (Censo de Población y Vivienda, 2011), lo cual aumenta las condiciones de precariedad laboral y peor remuneración y reconocimiento de las tareas productivas que realizan (Comisión Europea, 2000; Moreno Mínguez, 2003; Viruela Martínez et al., 2000).

Por otra parte, la diversificación económica del medio rural ha posibilitado el empresariado de las mujeres. El autoempleo se ha convertido en una estrategia para afrontar las dificultades de empleo en el medio rural, a la vez que facilita la flexibilidad necesaria para la compatibilización de las responsabilidades familiares (Pallarès, Tulla y Vera, 2015). Sin embargo, los emprendimientos de las mujeres en el medio rural, a pesar de romper con el modelo de herencia de los negocios familiares por la vía masculina, continúan condicionados por el proyecto familiar, lo cual, pese a suponer una alternativa, también conforma una limitación (Sampedro y Camarero, 2007). Asimismo, se trata, especialmente, de cualificaciones empresariales que las mujeres han aprendido en el ámbito doméstico, tal como la alimentación, el hospedaje y las artesanías, y cuyas prioridades de emprendimiento van más allá de objetivos económicos, como la autorrealización y la satisfacción personal de contribuir a la economía familiar (Anthopoulou, 2010).

2. ANTECEDENTES TEÓRICOS

2.1. La contribución de las mujeres al emprendimiento en turismo rural

Una de las actividades fundamentales que ha impulsado la reestructuración económica y social de las zonas rurales ha sido el turismo rural. En esta actividad productiva, las mujeres rurales han encontrado un espacio donde llevar a cabo su contribución laboral, favoreciendo el mejoramiento de sus ingresos y amortiguando la necesidad de un éxodo rural, a la par que fomentando la dinamización del medio rural.

A través del turismo rural, las mujeres han podido acceder a una posibilidad de empleo, así como a una fuente de ingresos que mejora su nivel de vida y el de sus familias (Caballé Rivera, 2000; García-Ramón, Cànoves, Salamaña, Valdovinos y Villamarino, 1995; Kiper, Ozdemir & Basaran, 2011). El acceso a ingresos económicos a través del turismo rural permite a las mujeres obtener un mayor control sobre las decisiones económicas al interior de sus familias (Wilkinson & Pratiwi, 1995), participando del prestigio derivado de la contribución financiera en el hogar, lo cual estimula el desarrollo de una identidad propia y una representación positiva de sí mismas (Tajeddini, Ratten & Denisa, 2017), a la par que se mejora el bienestar de los

hogares rurales. Además, la tendencia al trabajo de las mujeres en turismo rural, se extiende a otras actividades económicas relacionadas, como son la artesanía y la alimentación tradicional (Khatiwada & Silva, 2015). Paralelamente, las mujeres emprendedoras en turismo rural ven incrementada su autoestima y confianza personal, y encuentran en la actividad una oportunidad para abrir sus horizontes al establecer contacto con personas de diferentes culturas y modos de pensar (Iakovidou, 2002).

La participación de las mujeres en el turismo rural ha sido fundamental, en tanto las tareas que requiere para su desarrollo son semejantes a las labores domésticas que tradicionalmente han llevado a cabo en el hogar (García-Ramón et al., 1995). El cuidado de sus familias y hogares que normalmente han acostumbrado a realizar, convierte a las mujeres rurales, desde los ojos de sus familias y comunidades, en las “mejor preparadas” para las actividades de servicio al visitante y mantenimiento de la casa rural (Caballé Rivera, 2000; Dávila, Pinuer y Szmulewicz, 2011). La creación de un entorno hogareño, la decoración del lugar y la preparación de las comidas son tareas que se arraigan en las competencias tradicionales de las mujeres, las cuales no han sido aprendidas mediante la educación formal, sino a través de la transmisión cultural (Brandth, Haugen & Kroken, 2011).

De esta forma, las mujeres han ocupado un papel relevante en el ejercicio de la actividad turística en las zonas rurales, bajo la percepción de que su trabajo en el turismo rural es una extensión del trabajo doméstico que normalmente les ha tocado asumir en sus hogares (García-Ramón et al., 1995). Con esto, se manifiesta una asignación de funcionalidades diferentes para mujeres y hombres en el desarrollo del turismo rural (Rodríguez Muñoz y Acevedo Duarte, 2015). Así, mientras los hombres realizan mayoritariamente actividades de exterior, las mujeres son las principales encargadas de llevar a cabo las labores del interior de las unidades domésticas, tal y como son la limpieza de sus instalaciones y la elaboración de los alimentos.

En esta línea, pese a que el turismo rural permite visibilizar las labores cotidianas que las mujeres rurales realizan, otorgándoles una parcela para su autoexpresión, el factor espacial que las confina al ámbito reproductivo no favorece su emancipación (Annes & Wright, 2015). Las mujeres no alcanzan una igualdad de oportunidades con respecto al hombre desarrollando su actividad al interior de la unidad

familiar, puesto que esto se traduce en una circulación continua entre las esferas doméstica y profesional.

En esta línea, aunque un conjunto de mujeres promotoras de turismo rural puede representarse con mayor autonomía económica que con anterioridad a su trabajo en la actividad turística, su posición no parece presentar mejoría con respecto a la situación de sus compañeros los hombres (Feng, 2013). A esto se une la fluctuante estacionalidad turística, lo cual convierte las entradas económicas de las mujeres promotoras de turismo rural en complementos inestables y dependientes de otros ingresos principales de la economía familiar.

No obstante, el acceso de las mujeres al trabajo en el turismo rural les ofrece ventajas específicas que permiten mitigar las desigualdades de género (Khatiwada et al., 2015). Pese a que el turismo rural no ha logrado conseguir relaciones de género igualitarias, las mujeres han desafiado las dinámicas de género en el medio rural, al ser las principales artífices del emprendimiento de una actividad propia que va más allá de su tradicional condición de ayuda familiar en las explotaciones agrarias (Wright & Annes, 2014). A través del desarrollo del turismo rural, las mujeres hacen públicos sus conocimientos y habilidades en la nueva representación de la ruralidad. Igualmente, a pesar de llevar a cabo tareas domésticas de cocina y limpieza, requieren de la colaboración de sus compañeros varones, que de manera transgresora pasan a ocupar la categoría de ayudantes de su actividad (Brandth et al., 2010).

De la misma manera, las mujeres rurales valoran la oportunidad de trabajo que les brinda el turismo rural y la mayor visibilidad de su contribución económica a las familias, a pesar de que la actividad no ha consolidado la profesionalización de su ocupación, debido a los ingresos complementarios que proporciona y las labores domésticas que requiere (García-Ramón et al. 1995). Además, las mujeres aprecian la obtención de ingresos económicos sin alejarse del hogar, lo cual les permite combinar las responsabilidades familiares y profesionales a partir de la flexibilidad que proporcionan los pequeños negocios familiares (Tajeddini et al., 2017). En esta línea, pese a la mayor carga de trabajo que experimentan las mujeres que desarrollan la actividad turística en el medio rural, en relación al resto de responsabilidades adscritas a su género, las emprendedoras han encontrado en el turismo rural un medio de acceso a

mayores cotas de independencia económica (Wilkinson et al., 1995). De esta forma, se observa cómo el impacto del turismo rural sobre las mujeres promotoras fluye entre aguas tan dispares como el mantenimiento de la división sexual del trabajo y el empoderamiento económico de las mismas, de manera que, a pesar de conseguir ciertas cotas de autonomía económica, estas se encuentran insertas en una dinámica de dependencia de los roles de género, bajo el mandato de la estructura patriarcal (Annes et al., 2015).

Por otro lado, en lo que respecta a la evaluación de los resultados de las empresas de turismo rural gestionadas por mujeres, se debe tener en cuenta la doble función productiva y reproductiva que realizan cuando se reflexiona sobre su éxito empresarial en la actividad (Diéguez, Gueimonde y Sinde, 2010), puesto que la percepción de las personas empresarias también presenta diferencias en función de la distinta socialización de los géneros. Es importante abordar análisis que no involucren exclusivamente medidas financieras de ingresos y beneficios, sino también parámetros cualitativos que tienen gran valor, especialmente, para las mujeres, por el doble rol que asumen, como son el control del entorno laboral, la compatibilización de las tareas reproductivas y la realización personal (Anthopoulou, 2010).

3. METODOLOGÍA

El principal objetivo que este estudio pretende alcanzar es analizar la capacidad de autonomía económica a través del ejercicio de la actividad productiva a mujeres promotoras de turismo rural en La Palma. Para ello se recurrirá a la comparativa de su situación económica en la actividad, con respecto a la situación de los hombres promotores de turismo rural.

El trabajo realizado en esta investigación se centra en el estudio de la oferta de turismo rural en el contexto de la isla de La Palma (Canarias). Partiendo del registro oficial de establecimientos de turismo rural disponible en la Consejería de Turismo y Transportes del Cabildo Insular de La Palma, se identificó un total de 195 casas rurales con 234 unidades alojativas y 829 plazas turísticas. Estas casas rurales se encuentran

registradas por 161 titulares de su explotación y están distribuidas en la totalidad de los municipios de la isla de La Palma.

De este universo de establecimientos, se pudo contactar con el 92,8% de las casas rurales, es decir, 181 establecimientos turísticos, y el 93,5% de todas las unidades alojativas. Asimismo, se entrevistó al 95,6% del total de propietarios/as o promotores/as de las casas rurales, lo cual se traduce en 154 gestores/as de los establecimientos turísticos. Este número de personas entrevistadas se acerca al universo completo de casas rurales en la isla de La Palma. Los encuentros se basaron en la administración de un cuestionario acerca de la actividad del turismo rural en la isla. El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 15 de febrero y el 14 de mayo del año 2007.

Para el desarrollo del trabajo empírico de este estudio, se ha recurrido a técnicas de investigación cuantitativa como método de recogida de información primaria. En lo que respecta a la metodología cuantitativa empleada, el cuestionario ha sido la herramienta utilizada. Para llevar a cabo el análisis de los datos recabados en los cuestionarios administrados, se ha utilizado la herramienta estadística SPSS. De manera transversal, el análisis de los datos se ha realizado bajo la impronta de la perspectiva de género, para lo cual se ha trabajado con las distintas variables distinguiendo la tendencia general de la tendencia particular en función del género.

4. RESULTADOS

Para el análisis empírico del acceso a la autonomía económica de las mujeres a través del ejercicio del turismo rural en la isla de La Palma, se profundiza comparativamente en el perfil profesional de mujeres y hombres promotores, a la par que se estudia su dedicación laboral para el desarrollo de la actividad, con el fin de poder encontrar diferencias significativas entre ambos sexos.

4.1. Perfil profesional de la persona promotora de turismo rural en la isla de La Palma

La caracterización de las personas promotoras de turismo rural se realiza teniendo en cuenta, principalmente, su situación profesional en relación con la gestión de la actividad turística que realizan. Para ello, las principales variables abordadas son: la ocupación principal de las personas promotoras, la dedicación o no exclusiva a la gestión del turismo rural y el posible sector de ocupación con el que se compatibiliza la actividad turística. Estas variables han sido analizadas en función del sexo de las personas promotoras de turismo rural, permitiendo reconocer la existencia o no de diferencias de género en torno a la actividad laboral de turismo rural en la isla de La Palma.

En primer lugar, se observa que del total de las 154 personas estudiadas, 87 promotores son hombres frente a las 67 mujeres promotoras de la actividad de turismo rural. Esto se traduce en un 56,5% de hombres y un 43,5% de mujeres. Además de tener en cuenta la propensión a la mayor masculinización del medio rural, los datos obtenidos evidencian la realidad de que los hombres en la isla de La Palma asumen el emprendimiento de la actividad económica del turismo rural en mayor medida que las mujeres, lo cual resulta coherente con la menor tradición empresarial que registran las mujeres en los distintos sectores económicos, así como con las mayores dificultades de acceso a recursos económicos y patrimoniales que tradicionalmente han tenido como para asumir un emprendimiento propio. A pesar de ello, el relevante 43,5% de mujeres emprendedoras en turismo rural refleja una importante proporción de mujeres que han encontrado en la actividad turística de la isla una oportunidad laboral.

4.1.1. Ocupación principal de las personas promotoras en turismo rural

Las personas promotoras en turismo rural de la isla de La Palma desarrollan diversos tipos de ocupación que definen la situación profesional en que se encuentran. Del total de personas encuestadas, solo un 15,58% se define como empresariado en turismo rural. Destaca que un 19,48% son agricultores/as o ganaderos/as de explotaciones de pequeña dimensión, valor que sitúa esta ocupación como la más

frecuente entre las personas promotoras en turismo rural. De otro lado, un 13,64% se define bajo la categoría de funcionarios/as, mientras que un 12,34% de las personas promotoras trabajan como empresarios/as o autónomos/as con cinco o menos trabajadores/as a su cargo. Asimismo, un 11,04% son obreros/as cualificados/as. Paralelamente, se observa un 10,39% de personas en situación de jubilación y con dedicación a la gestión de alojamientos de turismo rural. Las personas promotoras dedicadas a “sus labores” representan tan solo un 1,9%, mientras que aquellas que se encuentran desempleadas configuran un 1,3% del total de los gestores de turismo rural.

El análisis de la ocupación principal en función del género aporta algunas particularidades. De esta forma, se encuentra que mientras un 27,6% del total de hombres promotores son agricultores o ganaderos de pequeñas explotaciones, solo un 9% del total de mujeres promotoras tiene a las actividades agropecuarias como su principal ocupación. Por otra parte, un 14,9% de los hombres son autónomos o empresarios con cinco o menos trabajadores a su cargo, mientras que de las mujeres promotoras solo el 9% se desempeña en esta categoría profesional. A su vez, mientras que un 17,9% de las mujeres son funcionarias, un 10,3% de los hombres promotores se encuentran en esa misma situación profesional. Además, un relevante 26,9% de las mujeres promotoras se definen como empresarias de turismo rural, frente al 6,9% de los hombres promotores que se manifiestan bajo esta situación profesional.

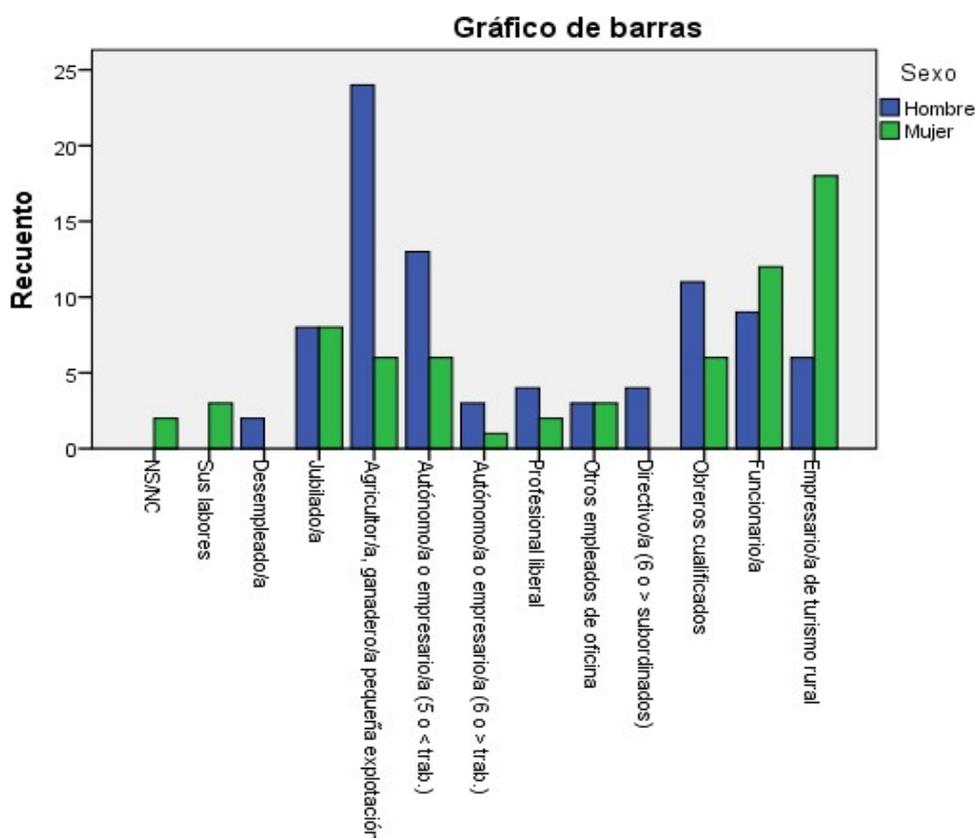
Asimismo, se observa que el 1,3% de personas que se declaran en situación de desempleo corresponden exclusivamente a hombres. A su vez, el 1,9% de personas declaradas bajo la categoría de “sus labores” son mujeres. En ambos contextos se elude la consideración de empresarios o empresarias en la actividad turística, prevaleciendo la situación como desempleados o como amas de casa.

Al estudiar la existencia de una relación significativa entre la ocupación principal y el sexo de los promotores, se observa que el estadístico V de Cramer toma el valor $V = 0,455$, que, al estar acotado entre 0 y 1, indica la existencia de asociación entre dichas variables cualitativas. Además, para confirmar lo anterior, se lleva a cabo un contraste de hipótesis con el objetivo de comprobar si la asociación que existe es significativa o no. Se obtiene un p-valor o significación $p = 0,000$ menor que el nivel de significación fijado en un 5% ($\alpha = 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula de

independencia entre las variables, pudiendo afirmar que el sexo de la persona promotora influye significativamente en la ocupación principal en la que se emplea.

De aquí que en esta investigación se confirma la división sexual del trabajo en el grupo de personas promotoras de turismo rural estudiado en la isla de La Palma, observándose una marcada segregación de ocupaciones en función del sexo según el tipo de actividad que desarrollan. En la figura 1 se puede observar el diferente patrón de comportamiento entre ambos sexos, de manera que los hombres destacan sobre las mujeres como empleados de actividades agropecuarias de pequeñas explotaciones, mayoritariamente, y como autónomos, obreros cualificados, profesionales liberales y desempleados. Por el contrario, la presencia de las mujeres es más concurrida, en comparación con los hombres, en la categoría de empresarias de turismo rural, principalmente, y como funcionarias y empleadas en “sus labores” o amas de casa.

Figura 1. Ocupación principal según el sexo de la persona promotora en turismo rural



Fuente: Elaboración propia.

4.1.2. Nivel de dedicación a la gestión de la casa rural

En cuanto a si la persona promotora se dedica exclusivamente a la gestión de la actividad de turismo rural o, por el contrario, compatibiliza con otras ocupaciones, se encuentra que un 86,27% no se dedica de forma exclusiva a la gestión de las casas rurales, frente al 13,73% que sí lo hace. Esta amplia brecha entre los porcentajes obtenidos es indicativo de la dificultad de las personas promotoras para acceder a la autonomía económica a través del turismo rural, actividad que implica se haya de recurrir a otras ocupaciones para garantizar una fuente completa de ingresos, debido al carácter discontinuo de la demanda que limita la obtención de ingresos estables, por su naturaleza de pequeña escala y dimensión económica. Considerado de otro modo, el turismo rural en el contexto insular estudiado, para personas promotoras que gestionan una única casa rural, solo puede ser considerado como una fuente de obtención de una renta complementaria.

Cuando se realiza este análisis atendiendo a la diferencia de sexo de las personas promotoras, se encuentra que un 90,5% de las personas que respondieron que sí se dedicaban exclusivamente a la actividad de turismo rural son mujeres, frente al 9,5% de hombres. Por otra parte, en el grupo de promotores/as que respondieron que no se dedicaban exclusivamente al turismo rural, se encuentra un 64,4% hombres por un 35,6% mujeres. Los datos expresan cómo las mujeres son más propensas que los hombres a tener como única actividad económica la gestión de las casas rurales. Por el contrario, son más los hombres que las mujeres que tienen otras actividades económicas más allá de la oferta de actividades de turismo rural.

Al recurrir al estadístico V de Cramer, se obtiene el valor $V = 0,381$, lo que indica la existencia de asociación. Este hecho se confirma con el p-valor o significación $p = 0,000$ que, al ser menor que el nivel de significación del 5 % ($\alpha = 0,05$), nos lleva a rechazar la hipótesis nula de independencia entre las variables estudiadas. Por tanto, la dedicación exclusiva o no al turismo rural depende, de manera significativa, del sexo de la persona promotora que lo lleva a cabo.

4.1.3. Actividad según sector compatibilizado con el turismo rural

En lo que respecta al sector de actividad económica con la que las personas promotoras compatibilizan la actividad de turismo rural, un 48,48% ejercen en el sector servicios, mientras que un 25% lo hace en el sector agropecuario. Bajo la categoría de “otras situaciones” se declara un 15,15%, mientras que un 7,58% y un 3,79% de los promotores/as se emplean en el sector de la construcción y de la industria, respectivamente.

Al estudiar el sector de actividad con el que se compatibiliza la gestión de turismo rural según el sexo, destaca que mientras el 29,4% de los hombres promotores compagina la gestión de la casa rural con labores agropecuarias, solo lo hace el 17% de las mujeres. Asimismo, las mujeres promotoras participan en un 59,6% en el sector servicios, por el 42,4% de hombres. Estos datos confirman la mayor tendencia de las mujeres a ocuparse principalmente en el sector servicios, mientras que los hombres, a pesar de ejercer su actividad económica mayoritariamente también en el sector servicios, se encuentran representados en mayor proporción que las mujeres en el resto de sectores económicos.

Una mayor presencia de hombres entre el conjunto de las personas promotoras de turismo rural en La Palma se traduce en ocupar en mayor medida que las mujeres los distintos sectores de actividad económica. Sin embargo, el estadístico V de Cramer, nos proporciona un valor bajo, $V = 0,244$. Al realizar el contraste, se obtiene un p-valor = 0,096, que, al ser mayor que $\alpha = 0,05$, no llega a establecer una relación significativa entre el sector con el que se compatibiliza la actividad de turismo rural y el sexo de la persona promotora, confirmando la hipótesis de independencia entre las variables con un 5 % de significación.

4.2. Trabajo y dedicación al turismo rural en la Isla de la Palma

En este apartado se analiza el trabajo que realizan las personas promotoras para la gestión de la casa rural, así como la implicación de otras personas en este cometido. Además, se estudia el tiempo dedicado por los promotores y promotoras, y otras

personas vinculadas a la actividad a las diversas tareas que la gestión del establecimiento de turismo rural requiere en la isla de La Palma.

4.2.1. Trabajo directo de la persona promotora en la casa rural

En primer lugar, interesa determinar si las personas promotoras trabajan directamente en la gestión de la casa rural o si, por el contrario, delegan las tareas en terceras personas bajo cualquier fórmula de prestación de servicios. Mayoritariamente, son las personas promotoras directamente quienes se encargan de la atención que requiere la actividad alojativa rural. Así, el 89,47% de los promotores y promotoras trabaja directamente en la gestión de la casa rural, frente a un 10,53% que no administra directamente la casa rural.

Al abordar esta variable desde la perspectiva de género, se ha de notar que el 90,6% de los hombres y el 88,1% de las mujeres promotoras se implican directamente en la gestión de la casa rural, lo cual refleja proporciones similares entre ambos sexos. En efecto, el estadístico de Cramer, con un valor $V = 0,041$ y una significación o p-valor = 0,614, mayor que $\alpha = 0,05$, no establece diferencias significativas con un 5 % de significación, por lo que la variable del sexo no influye en que las personas promotoras de turismo rural trabajen o no directamente en la casa rural.

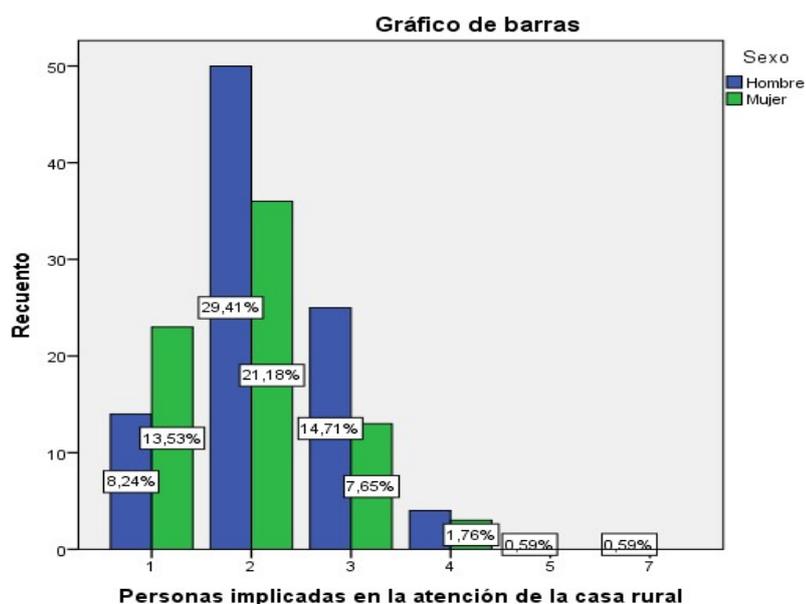
4.2.2. Personas con desempeño en la gestión de la casa rural

Las tareas de gestión de una casa rural pueden recaer en una o varias personas, por lo que se pretende conocer cuántas personas están vinculadas a esta actividad. Los datos reflejan que en el 50,6% de las casas rurales hay dos personas con implicación en el desempeño de la actividad, seguido de un 22,4% de casas en las que se implican para su gestión tres personas. Un 21,8% de las casas tiene a una persona como única responsable y prestataria de servicios. A pesar del carácter no intensivo de los servicios que requiere un alojamiento rural y de la flexibilidad que puede entrañar su gestión, a la luz de los datos obtenidos se observa que de modo efectivo requiere de más de una persona para el desempeño de la actividad. Puesto que se trata de una actividad con arraigado componente familiar, parece lógico suponer que estas personas vinculadas podrían ser integrantes de la misma familia de la persona promotora.

Desagregando bajo la perspectiva de género el análisis realizado, la figura 2 muestra que en un 29,41% de las casas rurales con promotores varones se implican dos personas, frente al 21,18% de los emprendimientos que son promovidos por mujeres. A su vez, en un 14,71% de las casas rurales promovidas por varones se implican en su gestión a tres personas, frente al 7,65% de las casas rurales promovidas por mujeres. Por el contrario, cuando sólo hay una persona encargada de atender la casa rural, un 8,24% de estas casas rurales tienen promotores varones, por un 13,53% de casas cuyas promotoras son mujeres.

Estos datos parecen reflejar la mayor propensión de los emprendimientos de turismo rural regentados por hombres a contar con más de una persona para la atención de las casas rurales. No obstante, el estadístico V de Cramer, con un valor de $V = 0,219$ y una significación o p-valor = 0,148, mayor que $\alpha = 0,05$, no alcanza a establecer diferencias significativas entre el sexo y el número de personas implicadas en la atención de la casa rural, con un 5% de significación.

Figura 2. Personas implicadas en la atención de la casa rural según el sexo del promotor



Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. Tiempo de dedicación a la gestión de la casa rural

A la hora de analizar el tiempo que se emplea en la gestión del turismo rural, y dado que en gran medida es una tarea discontinua y flexible, se ha considerado el cómputo de horas dedicadas a las diversas tareas de gestión de la actividad por semana por cada unidad alojativa. Se observa que las personas promotoras de las casas rurales dedican una media de 6,33 horas a la semana a gestión de la actividad, mientras que el resto de personal implicado lo hace en 10,89 horas por semana. Se ha de destacar, en primer lugar, la exigencia de dedicación a la semana que requiere la gestión de una unidad alojativa de turismo rural (17,22 horas), que se aproxima en su conjunto a media jornada laboral. A su vez, se observa un mayor nivel de dedicación asignado al personal implicado en la atención de la casa rural en comparación con la de los promotores y promotoras, lo cual parece indicar que el personal colaborador en las tareas de gestión asume una parte sustancial del volumen de trabajo que el alojamiento genera.

En el análisis de género, las mujeres dedican al turismo rural una media de 5,72 horas frente a las 6,79 horas semanales dedicadas por los hombres. Con respecto al personal implicado en la gestión de la casa rural, en los emprendimientos turísticos promovidos por hombres se observa que el personal implicado dedica una media de 11,81 horas, mientras que en las casas rurales cuyas promotoras son mujeres, el personal implicado dedica 9,73 horas de trabajo. En conjunto, se observa una mayor cantidad de tiempo dedicado en las casas rurales promovidas por hombres, tanto en la dedicación que ellos asumen en su gestión, como en la dedicación que tiene lugar cuando otras personas tienen participación en la actividad. Esto podría estar relacionado con la naturaleza doméstica de las tareas requeridas en la gestión de las casas rurales, estando las mujeres tradicionalmente más familiarizadas en función de los roles de género asumidos y desempeñados en el ámbito familiar, lo que llevaría a una mayor eficiencia en el uso del tiempo. No obstante, se requeriría de un estudio más detallado de las actividades desempeñadas en la gestión del alojamiento rural para obtener resultados más concluyentes.

A pesar de ello, la prueba de Levene sobre la igualdad de las varianzas en las horas semanales dedicadas a la gestión de la casa rural de hombres y mujeres promotoras, con un valor $F = 3,855$ y una significación o p-valor $p = 0,051$ mayor que α

= 0,05, no alcanza a establecer diferencias en función del sexo al asumir que las varianzas son iguales. Asimismo, la prueba T para la igualdad de medias, para el caso de varianzas iguales, mantiene una significación de p-valor = 0,315, mayor que $\alpha = 0,05$, lo cual confirma la igualdad de las medias del número de horas dedicadas a la semana por hombres y mujeres promotoras, con un 5% de significación.

A su vez, la prueba de Levene sobre las horas semanales dedicadas por el personal implicado a la gestión de las casas rurales de hombres y mujeres promotores expresa un valor $F = 2,332$ y una significación o p-valor = 0,129, mayor que $\alpha = 0,05$, por lo que se asume que las varianzas son iguales. Además, la prueba de T para la igualdad de medias, para el caso de varianzas iguales, tiene un p-valor = 0,146, mayor que $\alpha = 0,05$, de forma que se confirma, con un 5% de significación, la hipótesis de igualdad de las horas medias dedicadas por otro personal implicado en casas rurales promovidas tanto por hombres como por mujeres.

Bajo la perspectiva de que la actividad alojativa en el turismo rural representa una renta complementaria para sus promotores y promotoras, interesa conocer cuál es la contribución a su renta personal. Los datos obtenidos del estudio empírico, ante la pregunta a las personas promotoras del porcentaje de ingresos que tal actividad representa en el total de ingresos personales, arroja una estimación del 28,32% de los ingresos procedentes de la gestión de los alojamientos de turismo rural en la isla de La Palma.

Cuando se analiza el porcentaje de ingresos en función del género de los promotores, se encuentra que las mujeres tienden a recibir un mayor volumen de ingresos personales a través del turismo rural que los hombres. En este sentido, las mujeres obtienen un 37,05% del total de sus ingresos a partir del trabajo realizado en la actividad turística, frente al 21,18% del total de los ingresos de los hombres promotores de turismo rural. Las diferencias entre los ingresos recibidos del turismo rural por mujeres y hombres promotores resultan ser significativas. De esta forma, se puede afirmar que el turismo rural contribuye a una mayor proporción de los ingresos personales de las mujeres promotoras con respecto a la proporción de ingresos que el turismo rural aporta a la renta de los hombres promotores.

Al tomar en cuenta las horas de trabajo dedicadas por otro personal implicado en la gestión de la casa rural diferente de sus promotores/as, se observan algunas particularidades en función del sexo del promotor/a. De esta manera, en el caso de las casas rurales cuyos promotores son hombres, la correlación lineal es $r = 0'579$, con un p -valor = 0,000, menor que $\alpha = 0,05$, lo cual establece una correlación significativa entre el porcentaje de ingresos y el número de horas trabajadas por el personal implicado. Esto se traduce en que a mayor número de horas trabajadas por el personal implicado en las casas rurales gestionadas por hombres, mayor es el porcentaje de ingresos que estos reciben por la actividad. Sin embargo, en lo que respecta a las casas rurales promovidas por mujeres, no se produce esta relación entre las variables, en tanto la correlación de Pearson tiene un p -valor $p = 0,333$, mayor que $\alpha = 0,05$. Por consiguiente, con un 5 % de significación, el porcentaje de ingresos obtenidos por la gestión del turismo rural por parte de las mujeres promotoras no se relaciona con el número de horas de trabajo que realizan otras personas implicadas en la casa rural.

Estos datos ofrecen una perspectiva de la mayor dependencia de los hombres con respecto al trabajo realizado por otras personas implicadas en la actividad turística, cuyo trabajo contribuye a aumentar la rentabilidad económica de la actividad de turismo rural que gestionan. A su vez, sugiere que la contribución del trabajo de otras personas en los alojamientos regentados por mujeres tiene un impacto menor en su rendimiento, lo cual podría ser un indicativo de diferencias de productividad, de cuyo origen sería preciso ahondar.

CONCLUSIONES

A partir del marco teórico estudiado, y en contraste con los resultados de la investigación empírica, se pueden establecer algunas conclusiones pertinentes. En primer lugar, se constata que el número de mujeres emprendedoras de turismo rural en la isla de La Palma es inferior al número de hombres promotores, lo cual es coherente con la menor tradición empresarial de las mujeres y las menores oportunidades laborales y de emprendimiento registradas en los entornos rurales. Esto se relaciona con los distintos usos del tiempo y el espacio que se realizan por razón de género. En este sentido, se sabe que las mujeres, tradicionalmente, han estado confinadas al espacio

privado, como las principales proveedoras de los cuidados familiares y las labores domésticas, lo cual ha dificultado su acceso a recursos económicos y patrimoniales, así como su éxito profesional y la asunción de cargos de responsabilidad laboral.

En cuanto al perfil profesional de las personas promotoras, se observa una significativa mayor proporción de mujeres que de hombres cuya ocupación principal es el turismo rural. Es decir, dedicarse de forma exclusiva al turismo rural encuentra diferencias significativas en función del sexo de la persona que impulsa la actividad, de manera que son las mujeres las que se dedican en mayor medida al turismo como su principal actividad económica. Por consiguiente, los hombres promotores participan en mayor proporción de otras actividades productivas que les reportan otros ingresos económicos. Además, entre los promotores y promotoras de turismo rural se observa una marcada división sexual en su participación en el mercado de trabajo remunerado, situándose en profesiones distintas en función de su sexo.

Por otro lado, en cuanto al desempeño realizado para la gestión de la actividad turística, se observa que las personas promotoras mayoritariamente participan de forma directa en las actividades necesarias en el alojamiento rural. Sin embargo, más de la mitad de los casos estudiados cuentan con dos o más personas implicadas en la atención de la casa rural. En este sentido, se encuentra que son los hombres promotores quienes delegan un mayor número de horas de trabajo en otras personas implicadas en la actividad. No obstante, en el caso de los hombres promotores que recurren a otras personas para la realización de las tareas de mantenimiento de la casa rural, no excluye la posibilidad de que sean mujeres las principales encargadas de las labores de turismo rural. Este aspecto relativo al estudio del conjunto de personas implicadas en la actividad, bajo una perspectiva de género, requiere de un estudio posterior.

En lo que respecta al nivel de ingresos, los datos estudiados confirman que el turismo rural es una actividad que no reporta altos ingresos económicos, lo cual se vincula con la relativa baja ocupación de este tipo de turismo. En esta línea, se ha observado que existen diferencias significativas en cuanto a los ingresos aportados por el turismo rural entre las mujeres y los hombres promotores. El porcentaje de ingresos recibido está en estrecha relación con el hecho de que el turismo sea o no la principal ocupación de sus promotores/as, lo cual afecta en mayor medida a las mujeres que a los

hombres promotores. De esta manera, son las mujeres las que manifiestan recibir un mayor porcentaje de sus ingresos a partir del turismo rural, lo cual se relaciona con que los hombres participan, en mayor medida, de otras actividades productivas que les reportan otras entradas económicas. No obstante, pese a que el turismo rural aporta a las mujeres unos ingresos económicos, que para un grupo de ellas se conforma como la única fuente de ingresos disponibles, no son lo suficientemente amplios como para garantizar una renta completa que permita su independencia económica a través de la actividad, de manera que, aunque el turismo rural ha permitido a las mujeres acceder a una fuente de ingresos, esta actividad productiva no es suficiente como para garantizar su autonomía económica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alario, M., Baraja, E., y Pascual, H. (2008), “Género y espacio: la inserción laboral de las mujeres rurales”, en Maya Frades, V. (Ed.), *Mujeres Rurales. Estudios multidisciplinares de género*, Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, pp. 61-80.

Annes, A., & Wright, W. (2015), “Creating a room of one’s own: French farm women, agritourism and the pursuit of empowerment”, *Women’s Studies International Forum*, No. 53, pp. 1-11. doi:<https://doi.org/10.1016/j.wsif.2015.08.002>

Anthopoulou, T. (2010), “Rural women in local agrofood production: Between entrepreneurial initiatives and family strategies. A case study in Greece”, *Journal of Rural studies*, No. 26, pp. 394-403. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2010.03.004>

Brandth, B., & Haugen, M. S. (2010), “Doing Farm Tourism: The Intertwining Practices of Gender and Work”, *Journal of Women in Culture and Society*, Vol. 35 No. 2, pp. 426-446. doi:<https://doi.org/10.1086/605480>

Brandth, B., Haugen, M. S., & Kroken, A. (2011), “Farm tourism: a question of gender and competence?”, *Journal of Agricultural Science and Technology*, Vol. B No.1, pp. 1-10. Recuperado https://www.researchgate.net/publication/253241101_Farm_Tourism_A_Question_of_Gender_and_Competence

Caballé Rivera, A. (2000), “Implicaciones de género en el desarrollo de la oferta de agroturismo en Navarra y Asturias”, en García Ramón, M.D. y Baylina Ferré, M. (eds.), *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural* (). Oikos-tau, Barcelona, pp. 153-169.

Cànoves Valiente, G., y Blanco Romero, A. (2008), “El papel de las mujeres en la diversificación de actividades económicas en una comarca rural de Cataluña: El caso del Pallars Jussà”, *Revista SEMATA*, No.20, pp. 133-154. <http://hdl.handle.net/10347/4524>

Comisión Europea, (2000), *Participación de las mujeres en el desarrollo rural. Un futuro cierto para la Europa Rural*, Comunidades Europeas, Luxemburgo. Recuperado de http://ec.europa.eu/agriculture/publi/women/broch_es.pdf

Dávila, A. M., Pinuer, M., y Szmulewicz, P. (2011), “Análisis comparativo de la situación laboral de las mujeres rurales: Vitivinicultura, Industria Vitivinícola y Turismo Enológico. El caso del Valle de Colchagua, Chile”, *Rosa dos Ventos*, Vol. 3 No.2, pp. 266-275. Recuperado de <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1252>

Diéguez, M. I., Gueimonde, A., y Sinde, A.I. (2010), “Éxito empresarial y género en turismo rural”, *Tourism & Management Studies*, No.6, pp. 82-93. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3887980>

Feng, X. (2013), “Women’s Work, Men’s Work: Gender and Tourism among the Miao in Rural China”, *Anthropology of Work Review*, Vol. XXXIV No.1, pp. 2-14. doi:<http://doi.org/10.1111/awr.12002>

García-Ramón, M. D., Cànoves, G., Salamaña, I., Valdovinos, N., y Villamarino, M. (1995), “Trabajo de la mujer, turismo rural y percepción del entorno: una comparación entre Cataluña y Galicia”, *Agricultura y Sociedad*, No.75, pp. 115-152. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=82986>

Gómez García, J.M., y Rico González, M. (2005), “La mujer en el medio rural de Castilla y León: Diversificación sectorial y proceso de dinamización económica”, *Revista de Estudios de Economía Aplicada*, Vol.23 No.2, pp. 465-490. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1250457.pdf>

Iakovidou, O. (2002), “Women’s Agrotourist Cooperatives in Greece: Key Elements for Their Successful Operation”, *Journal of Rural Cooperation*, Vol.30 No.1, pp. 13-24. Recuperado de <http://ageconsearch.tind.io/record/60881>

Khawwaja, L. K., & Silva, J. A. (2015), “Mitigating Gender Inequality in Rural Regions: The Effects of Tourism Employment in Namibia”, *International Journal of Tourism Research*, No.17, pp. 442-450. doi:<https://doi.org/10.1002/jtr.2010>

Kiper, T., Ozdemir, G., & Basaran, B. (2011), “Applicability of agricultural tourism and the role of women. A case study of Sarkoy-Murefte”. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, Vol.12 No.3, pp. 1146-1159. Recuperado de <https://docs.google.com/a/jepe-journal.info/viewer?a=v&pid=sites&srcid=amVwZS1qb3VybmFsLmluZm98amVwZS1qb3VybmFsGd4OjJkMDdmOTQ3Y2FINTA3MzI>

Langreo Navarro, A., y Benito García, I. (2005), “La mujer en la agricultura y en el medio rural”. *Agricultura Familiar en España*, pp. 104-128. Recuperado de http://www.fademur.es/_documentos/pag_104-128_langreo.pdf

Little, J., & Panelli, R. (2003), "Gender Research in Rural Geography", *Gender, Place and culture*, Vol.10 No.3, pp. 281-289. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/0966369032000114046>

Moreno Mínguez, A. (2003), "La situación laboral de la mujer rural en Castilla y León y Extremadura: un análisis sociológico". *Revista Acciones e Investigaciones Sociales*, No.17, pp.109-153. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/698108.pdf>

Pallarès, M., Tulla, A. & Vera, A. (2015), "Environmental capital and women's entrepreneurship: a sustainable local development approach", *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, Vol.10 No.3, pp.133-146. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/280255149_Environmental_capital_and_women%27s_entrepreneurship_A_sustainable_local_development_approach

Rodríguez Muñoz, G., y Acevedo Duarte, A. (2015), "Cambios en la vida cotidiana de las mujeres a través de la incorporación al trabajo turístico en el Rosario, Michoacán, México", *El Periplo Sustentable: Revista de turismo, desarrollo y competitividad*, No.29, pp.5-33. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5165305>

Sampedro, R., y Camarero, L. (2007), "Mujeres empresarias en la España rural: El sujeto pendiente del desarrollo", *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, Vol.LXV No.48, pp.121-146. Recuperado de <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/71/72>

Tajeddini, K., Ratten, V., & Denisa, M. (2017), "Female tourism entrepreneurs in Bali", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, No.31, pp.52-58. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.004>

Viruela Martínez, R., y Domingo Pérez, C. (2000), "Mujer y trabajo en el contexto regional español", en García Ramón, M.D. y Baylina Ferré, M. (eds.), *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*, pp. 65-90. Barcelona: Oikos-tau.

Wright, W., & Annes, A. (2014), "Farm Women and Agritourism: Representing a New Rurality", *Sociologia Ruralis*, No.54, 477-499. doi:<https://doi.org/10.1111/soru.12051>

Wilkinson, P. F., & Pratiwi, W. (1995), "Gender and Tourism in an Indonesian Village", *Annals of Tourism Research*, Vol.22 No.2, pp.283-299. doi:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00077-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00077-8)