

---

LAS SEGOVIAS

---

Editor de la sección: Eddy Kühl



Eddy Kühl es un escritor y promotor cultural de Las Segovias. Ha publicado más de 20 libros, y visitado todos los rincones de Las Segovias. Es propietario de [Selva Negra](#), un hotel de montaña muy exitoso. Es fundador de la [Fundación Científica Ulúa-Matagalpa](#). Organizó el [Primer Congreso Ulúa-Matagalpa](#). Es fundador de Revista de Ciencias Nicaragüenses.

Detrás de Eddy y su Fundación hay destacados científicos. Entre ellos el Dr. Rigoberto Navarro Genie, arqueólogo graduado en La Sorbona; el Lic. Uwe Paul Cruz, el antropólogo y abogado Mario Rizo; que dan un sólido respaldo a la labor de Eddy Kühl Arauz, ingeniero civil.

La Universidad de Ciencias Comerciales, UCC, en reconocimiento al trabajo realizado como investigador, escritor, productor, humanista y ecologista, hizo **entrega del doctorado "honoris causa" al ingeniero Eddy Kühl Aráuz.**

El Dr. Michael Schroeder renunció a ser editor de la sección. Dalos las gracias al Dr. Schroeder por su ayuda durante seis años. ■

## **Rol y perspectivas de la mujer en el marco del turismo rural comunitario en siete comunidades del municipio de Jinotega**

*Jarquín Blandón, M., González Castillo, M., y Obregón, N.*

Jarquín Blandón, M. es graduada de la maestría en Desarrollo Rural con Orientación en Agronegocios, Ingeniera en Ciencias Agrarias, [mjarquinb@hotmail.es](mailto:mjarquinb@hotmail.es), cel 84184460; González Castillo, M., es Master en Género y Desarrollo, Máster en Agricultura Ecológica, Licenciada en Biología. [mayayal@yahoo.com.ar](mailto:mayayal@yahoo.com.ar), cel 84219210; y Obregón, N. es Master en Desarrollo Rural con Orientación en Agronegocios, Ingeniera. Agrónoma, Lic en Biología. [noheobregon@yahoo.com](mailto:noheobregon@yahoo.com)

Reproducido con autorización de los autores.

### Resumen

Este estudio se realizó en siete comunidades del municipio de Jinotega, con el objetivo de conocer la situación y posición de las mujeres en el desarrollo de iniciativas de negocio en el sector de turismo rural comunitario. Se consideró pertinente identificar a través de una encuesta, los roles asumidos por las mujeres en el ámbito productivo y reproductivo, para hacer visible su aporte en ésta actividad económica; abordándose a 43 mujeres, las cuales han sido partícipes de procesos vinculados al sector turístico. Además, se entrevistaron a 15 representantes de instituciones y organismos involucrados en éste ámbito. Para obtener la información se utilizaron entrevistas semi estructuradas, encuestas y grupos focales, los datos obtenidos se analizaron con el paquete estadístico para las ciencias sociales versión 17 (SSPS) y Excel. Los resultados obtenidos destacan que las mujeres en el sector del turismo rural comunitario, reafirman su rol reproductivo; ellas están al frente de las iniciativas de negocio turístico como prestadoras de bienes y servicios, existe poco desarrollo de las iniciativas de negocio turístico impulsadas por las mujeres debido a los limitados recursos económicos disponibles, además que ellas no identifican estas actividades como generadoras de ingresos, ya que éste negocio es estacional o de temporada. Se requieren acciones que fortalezcan el desarrollo empresarial y el empoderamiento de las mujeres a fin de que actúen como agentes de cambio e intervengan de manera afirmativa en su desarrollo. La propuesta de nuevas estrategias va

orientada a facilitar la sostenibilidad de las iniciativas de negocios turísticos, debiéndose iniciar con la promoción de políticas o programas de desarrollo empresarial con enfoque de género que consideren la realidad de las mujeres del sector turístico rural comunitario y los procesos cambiantes que se viven en el ámbito de la globalización, los avances tecnológicos y la competitividad.

Palabras claves: estrategia, promoción, comercialización, género, iniciativa de negocio.

Abstract: This study was made in seven communities of Jinotega; the main object was to know the situation and position of women in the business development initiatives in community-based tourism sector. This was considered appropriate to identify, through a survey, the roles assumed by women in the productive and reproductive fields to make visible their contribution to this economic activity, being dealt 43 women who have been implicated in processes linked to touristic sector. Besides, 15 members of collaborating institutions and agencies involved in this area were interviewed. Semi-structure interviews, survey and focus groups were used to obtain this information, the results were analyze by the statistic package to the social science version 17 (SSPS) y Excel. Results indicate that women in the community-based tourism reaffirm their reproductive role; they are at the forefront of the tourism business initiatives as providers of goods and services, there is little development of the tourism business initiatives driven by women due to limited economic resources available, and they do not identify these activities as sources of income, since this business is seasonal or temporary. Action is needed to strengthen business development and the empowerment of women to act as agents of change and engage in a positive manner in its development. The proposed new strategy is designed to facilitate the sustainability of tourism business initiatives being necessary to the promotion of political or business development programs with a gender approach to consider the reality of women's community-based rural tourism and the changing processes that are experienced in the field of globalization, technological progress and competitiveness.

Keywords: strategy, promotion, marketing, gender, business initiative.

## Introducción

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, en las últimas dos décadas ha crecido, y se desarrolla en tres ejes: productivo, género y medio ambiente, con el objetivo de promover las áreas productivas hacia otros servicios; surgiendo así el componente de

Jinotega se considera con un potencial turístico por su belleza escénica, además de su historia y cultura, existen iniciativas de turismo rural comunitario, que cuentan con potenciales y atractivos para emprenderse en éste sector, y son principalmente grupos organizados en cooperativas las que están incursionando. Las iniciativas se consideran como una fuente generadora de empleo y de ingresos económicos para la familia, siendo las mujeres las principales protagonistas, Maldonado (2005).

Valorando la importancia del rol que asumen las mujeres estas iniciativas de negocios turísticos, en el desarrollo de la economía familiar, local y nacional, se consideró pertinente la realización del presente estudio, a fin de obtener conocimientos sobre la situación y posición de las mujeres en el desarrollo de iniciativas de negocio en el sector turístico, y si éstos le generan ingresos, con el fin de proponer una estrategia de promoción y comercialización que lleve a las mujeres a incursionar como propietarias de sus negocios y que les facilite la sostenibilidad de los mismos.

Se espera que estos conocimientos culminen en la ejecución de acciones transformadoras de las inequidades de género que histórica y socialmente han mantenido invisibilizadas las labores productivas y reproductivas de las mujeres debido a que generalmente los negocios donde están más representadas las mujeres, tienen estados económicos limitados, a nivel de subsistencia, Cañada y Gascón (2006). Se insta a profundizar en el tema, para la comprensión de la realidad existente que se oculta en la dinámica de la cadena del turismo rural comunitario; partiendo de información de orden cualitativo y cuantitativo que persisten alrededor de las actividades económicas impulsadas y manejadas por las mujeres, dimensionando el impacto en busca de condiciones de equidad.

## Metodología

Este estudio se realizó en el municipio de Jinotega, departamento de Jinotega, ubicado a 160 kilómetros de la capital Managua, Nicaragua. Se consideraron siete comunidades que son La Fundadora, La Sultana, La Esmeralda, Chagüite Grande, Sisle, Tomatoya y Las Cureñas, que están ubicadas en dos circuitos turísticos definidos en el Plan estratégico de turismo sostenible de Jinotega. El circuito de La Fundadora está ubicado en la parte alta, y el circuito de Chagüite en la cuenca del lago de Apanás. Ambos circuitos cuentan con belleza escénica, características históricas, naturales, culturales y un potencial turístico importante en el municipio el que debe ser aprovechado desde el punto de vista económico como eje dinamizador del desarrollo local.

El tipo de estudio se califica como descriptivo, realizándose una caracterización de las mujeres involucradas en el ámbito del turismo rural

comunitario, enfocándose a lo social, a su dinámica de participación en este sector, presentándose discusión de información cuali y cuantitativa.

La muestra objeto de estudio corresponde a 43 mujeres que habitan en las comunidades en estudio, seleccionadas por su participación en procesos de capacitación en la temática turística; así como en la elaboración del plan estratégico de turismo sostenible, 2007 -2012 Departamento de Jinotega, actividades que han sido coordinadas y ejecutadas por la Alianza Turística de Jinotega y La Cuculmeca. Además, han sido objeto de estudio 15 personas de entes gubernamentales y no gubernamentales involucrados en el sector turístico.

El procesamiento y análisis de datos de la información cuantitativa obtenida, se realizó utilizando el paquete estadístico para las ciencias sociales (SPSS vr.17) y Microsoft excel 2007. El análisis cuantitativo de los datos obtenidos de ingresos se presenta gráficamente de acuerdo a la iniciativa de negocio y la cantidad de mujeres que la están realizando representando una tabla de frecuencia. Los resultados cualitativos (tablas de frecuencia, medidas de tendencia central de variabilidad y representaciones gráficas) consistieron en la descripción y/o narración de los resultados obtenidos. Promoción y comercialización se presenta en la estrategia que surgió a partir de los datos obtenidos, con la aplicación de los tres instrumentos utilizados en la investigación, triangulándose la información para respaldar la estrategia propuesta.

## Resultados y discusión

Caracterización de las mujeres en estudio. El estudio revela que la mayoría de las mujeres que fueron involucradas en el estudio están en edades de los 31 a 40 años, rango de la muestra que resaltan 14 mujeres siguiéndole en orden de importancia las personas entre 20 y 30 años que tiene igual frecuencia, el rango de 41 a 50 años con 11 mujeres en cada rango.

Los datos indican que la mayoría de las mujeres están en edad económicamente activa, y que se pueden involucrar en el desarrollo de una determinada actividad de interés para ellas.

Es importante resaltar que, en la muestra todas las mujeres saben leer y escribir, lo que indica que las mujeres aunque en su mayoría su nivel sea primario, cuentan con los conocimientos básicos para poder emprenderse en los negocios; de las 43 mujeres en estudio, 32 de ellas son dueñas de sus casas de habitación y 11 de ellas habitan en la casa de un familiar o la casa de sus padres generalmente.

Esto implica que las mujeres cuentan con respaldos económicos que les podría favorecer para acceder a créditos, con políticas crediticias adaptadas a

ellas y se debe resaltar que cuando la mujer es dueña de su negocio se involucra en los diferentes eslabones de la cadena de valor, ella es la que gestiona la materia prima para abastecer su negocio, forma parte del proceso productivo, toma decisiones y realiza las actividades para la comercialización.

A nivel general, el estudio revela que la reproducción del rol asignado a las mujeres se da con frecuencia. En los resultados se observa que del total de la muestra, 29 mujeres se dedican a los quehaceres de la casa es decir a las actividades domésticas, 6 de ellas están en una oficina permitiéndoles desarrollar otras capacidades así como las relaciones con otras personas.

**Tabla 1. Actividades desempeñadas por las mujeres en estudio**

Actividad	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Actividades domésticas	29	67.4	67.4
Campo	6	14.0	81.4
Agropecuario	2	4.7	86.0
Oficina	6	14.0	100.0
Total	43	100.0	

En lo que se refiere a estructuras turísticas, han surgido modelos de organización en éste ámbito como las cooperativas formando parte de éstas un 30% de las mujeres de la muestra, 21% trabajan de manera individual, el 12% está dentro del grupo de guías locales que cabe señalar que en la actualidad está inactivo, un 5% de la muestra está organizado dentro de la Alianza Turística y un 32% que no pertenece a ninguna organización turística.

Entre las actividades o iniciativas de negocio turístico que están desarrollando las mujeres se destacan 5 actividades, (preparación de alimentos, elaboración y venta de artesanía de cerámica y de barro, comercio y agropecuarias), la mayoría de estas mujeres están involucradas en la actividad de preparación y venta de alimentos. Sólo tres de ellas están



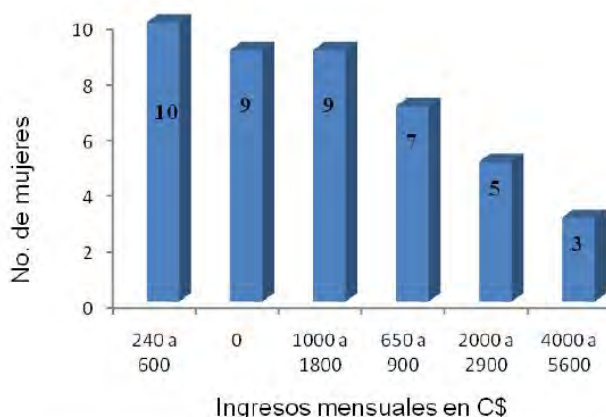
en las actividades agropecuarias, lo que se debe a que esta actividad ha sido administrada por los hombres, los que producto de la construcción social son los dueños de la producción y de los medios de producción.

**Tabla 2. Distribución de mujeres con iniciativas de negocio**

Iniciativa de negocio	No. de mujeres	%
Preparación de Alimentos	16	37.20
Artesanía Cerámica	12	27.91
Comercio	8	18.60
Artesanía de Barro	4	9.31
Agropecuaria	3	6.97
Guía	0	0.00
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

Es pertinente resaltar que las mujeres que tienen estas iniciativas de negocio, demandan el acceso a recursos financieros en correspondencia a su actividad económica y su rentabilidad. Y es el crédito un componente al cual la mayoría de mujeres no pueden acceder, aunque existan proyectos que estén financiando estas iniciativas de negocio ya que no cumplen con los requisitos para ser beneficiarias en este componente.

La tabla salarial aprobada, para el año 2010, refleja que el salario mínimo para actividades agropecuario es de 1667.52 córdobas, para el comercio, restaurantes y hoteles es de 3116,79 córdobas, y para la micro y pequeña industrial artesanal nacional es de 2088.75 córdobas, según lo establecido por el MITRAB. En cuanto a cantidades estimadas de ingresos mensuales, como producto de realizar iniciativas de negocios turísticos, 17 mujeres se acercan al ingreso mensual del salario mínimo en Nicaragua, de acuerdo a las iniciativas de negocio, ya que sus ingresos están entre 1,000 y 5,600 córdobas (equivale a 46.49 y 262.91 dólares respectivamente). Tres mujeres que se dedican al comercio obtienen utilidades de sus negocios entre 4000 y 5600 córdobas mensuales, que sobrepasan a la tabla establecida.



Ingreso mensual de las mujeres con iniciativas de negocio

**Figura 2. Ingresos mensuales generados por las iniciativas de negocio turístico en córdobas**



La demanda de las mujeres en cuanto a oportunidades de inserción a las actividades de negocio turístico, se reflejan en la siguiente tabla, donde se prioriza por parte de ellas el apoyo de los proyectos seguido del crédito.

**Tabla 3. Oportunidades laborales identificadas por las mujeres en estudio**

	Frequency	Valid Percent
Créditos	25	58.1
Proyectos	26	60.5
Capacitación	11	25.6
Otros	23	53.5

Estrategia de promoción y comercialización. Al desarrollar acciones promocionales efectivas, será necesario respaldar estas acciones con una adecuada estrategia promocional diferenciada. Ésta va a considerar cuáles son los ejes rectores que determinen los contenidos de todas las herramientas promocionales y publicitarias y éstos deben estar destinados a tomar ventaja sobre los competidores, para tener mayor penetración en el mercado y mayor aceptación de los clientes.

Para el desarrollo de la estrategia se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Adaptar el producto a las necesidades del cliente.
- Romper los modelos tradicionales de promoción.
- Visión hacia el futuro teniendo objetivos y metas alcanzables.

Conclusiones

Las mujeres están al frente de las iniciativas de negocio turístico, ellas no las perciben como una actividad que genere los suficientes ingresos, debido a que este negocio es estacional o de temporada.

El principal problema que enfrentan las actividades económicas estudiadas es que son una estructura productiva donde prevalecen formas individualizadas de trabajo y sin planeación, lo que contribuye a que las mujeres se mantengan en una economía de sobrevivencia y en el ciclo de la pobreza generando inequidades y deficiencias en sus procesos productivos.

Existe interés por el manejo e impulso para desarrollar el turismo en la zona, pero se ve la necesidad económica para hacer que las iniciativas sean rentables.

Poco desarrollo de las iniciativas de negocio turístico impulsadas por las mujeres debido a los limitados recursos económicos disponibles.

La promoción y comercialización de los productos turísticos está limitada, por el acceso a la tecnología, el poco conocimiento de la oferta por parte de las mujeres y la debilidad en la asociación empresarial para la gestión de los mercados.

El Turismo Rural puede considerarse como una oportunidad de desarrollo turístico para las comunidades en estudio.

### Recomendaciones

Es necesario que las instituciones que trabajan en este sector diseñen e implementen estrategias de integración y preparación de las mujeres en éste ámbito, aprovechando los espacios establecidos por la legislación.

Establecer alianzas entre las mujeres con iniciativas de negocio turístico y los gobiernos e instituciones locales.

### Bibliografía

Alianza Turística Departamental de Jinotega. 2007. Plan estratégico de turismo sostenible, 2007 – 2012. Departamento de Jinotega Nicaragua. 61p.

Barrera, E. 2006. Turismo rural, un agronegocios para el desarrollo de los territorios rurales. 76p. Editor Carlos Vieytez, Editorial Sudamericana. En línea, [http://www.suplementorural.com/turismo\\_rural/pdf](http://www.suplementorural.com/turismo_rural/pdf).

MITRAB. 2010. Acuerdo Ministerial, sobre la aplicación de los salarios mínimos aprobados por la comisión nacional de salarios mínimos. [www.mitrab.gob.ni](http://www.mitrab.gob.ni)

Maldonado, C. 2005. Síntesis analítica y comparada de 23 estudios de caso de etno-turismo comunitario en América Latina, OIT, SEED, 2005.

Cañada, E.; Gascón J. 2006. Turismo y desarrollo: herramientas para una mirada crítica. 1era. Edición. Managua 2007, 182pg. Fundación Luciérnaga. Disponible en: <http://www.turismo-responsable.org/documents/herramientas>. ■